

ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>Благодарности</i>	9
<i>Предисловие ко второму изданию</i>	15
Зачем читать эту книгу снова?	15
<i>Предисловие</i>	19
Зачем нужно читать эту книгу?	19
Необходимые пояснения и оговорки	22

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ. СОЗДАНИЕ ИСТОРИИ

Глава первая. Цель сценариста	29
Главная задача сценариста	29
Один простой урок о том, как написать сценарий	30
Четыре стадии работы над сценарием	31
Мозговой штурм, редактирование и творческий застой	32
Еще один шаг к успешной сценарной карьере, о котором все забывают	34
Как смотреть фильм	37
Краткий обзор главы	41
Глава вторая. Концепция истории	43
Сила желания	44
Внешняя мотивация	45
Поиск оригинальных идей	50
Адаптации	56
Реальные истории	60

Как выбрать лучшую концепцию истории	62
Контрольный перечень.....	63
Художественность или коммерция	69
Как скорректировать концепцию	71
Краткий обзор главы	72
Глава третья. Развитие образа	75
Четыре грани персонажа	75
Создание героя.....	77
Работа над остальными персонажами	94
Составление таблицы:	
персонаж, мотивация, конфликт	102
Краткий обзор главы	110
Глава четвертая. Тема и эволюция образа	113
Определение темы	114
Как разработать тему сценария	120
Краткий обзор главы	122
Глава пятая. Структура.....	123
Три акта любого сценария.....	123
До и после.....	128
Вступительные страницы и кадры	131
Семь типов завязки.....	136
Концовка	142
Как пользоваться трехактной структурой	145
Список структурных приемов	149
Краткий обзор главы	168
 ЧАСТЬ ВТОРАЯ. НАПИСАНИЕ СЦЕНАРИЯ	
Глава шестая. Написание отдельных сцен	175
Основные принципы написания сцен.....	175

Формат сценария	178
Описания.....	179
Действие.....	181
Музыка	185
Игра в режиссера	188
Диалоги	189
Контрольные вопросы по сценам.....	200
Читка сценария	204
Составление таблицы для сценария.....	205
Краткий обзор главы	219

Глава седьмая. Исключения из правил 222

Биографии.....	222
Арена.....	225
Истории женского типа.....	226
Как распознать исключения из правил.....	230
Краткий обзор главы	231

Глава восьмая. Анализ «Аватара»..... 234

Концепция истории	235
Герой	237
Эволюция образа и тема.....	241
Структура	248
Стиль изложения	254
Заключительное слово об «Аватаре»	265

ЧАСТЬ ТРЕТЬЯ. СЦЕНАРИЙ КАК БИЗНЕС

Глава девятая. Самомаркетинг для сценариста..... 269

Как понять, что сценарий готов	270
Три принципа самомаркетинга.....	275
Как получить информацию	276
Четыре пути к заключению контракта	281
Поиск людей, обладающих властью.....	282

Представитель.....	284
Поиск других людей, обладающих властью.....	303
Продюсер.....	304
Ключевой элемент.....	307
Финансист.....	308
Маркетинговые службы.....	310
Краткий обзор главы.....	317

Глава десятая. Контракт на сценарий 321

Продажа сценария.....	321
Контракт на разработку сценария.....	327
Штатный автор.....	334
Краткий обзор главы.....	337

ЧАСТЬ ЧЕТВЕРТАЯ. РЕШЕНИЕ БЫТЬ СЦЕНАРИСТОМ

Глава одиннадцатая. Жизнь сценариста 341

Краткий обзор главы.....	346
--------------------------	-----

ГЛАВА ДВЕНАДЦАТАЯ. Власть профессии сценариста 348

<i>Приложение А. Вопросы, которые мне часто задают.....</i>	<i>351</i>
<i>Приложение Б. Образец тритмента.....</i>	<i>369</i>
<i>Об авторе.....</i>	<i>377</i>
<i>Фильмография.....</i>	<i>379</i>

БЛАГОДАРНОСТИ

Я решил оставить без изменения список тех, кого хочу поблагодарить, равно как и предисловие, которое следует через пару страниц, — они остались теми же, что были в первом издании. Все эти люди 20 лет назад так или иначе содействовали написанию этой книги, а значит, их вклад остался неизменным. Появилось несколько новых имен, но все прежние на месте.

Как приятно, читая эти имена, осознавать, что почти все, кто перечислен в первоначальном варианте, остаются важной частью моей жизни. Каждому из вас я хочу сказать спасибо за то, что все эти годы вы помогали мне советом, поддерживали меня, дарили дружбу и любовь.

Конечно, жизнь есть жизнь, и кое-кого я потерял — одни ушли в мир иной, с другими утрачена прежняя связь. Но все равно я благодарен вам за то, что когда-то были рядом.

Эти слова я говорил тогда и эти же чувства испытываю сейчас.



Поскольку я понимаю, что эту часть книги вы, скорее всего, пролистаете (разве что захотите найти знакомое имя), пожалуйста, потерпите, пока скажу слова благодарности хотя бы немногим из тех, кто помогал мне советом, вдохновлял, поддерживал и направлял, — без них я никогда бы не смог написать эту книгу.

Моим родителям: матери, которая всегда в меня верила, — от нее я унаследовал любовь к учебе, учительскому мастерству

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

и печатному слову, и отцу, продававшему попкорн в кинотеатрах (с ним я мог смотреть кино бесплатно), за то, что поддерживал меня (как эмоционально, так и финансово), даже когда считал, что отправляться в Голливуд — безумие.

Людам, без чьей веры, горячей поддержки и содействия эта книга не увидела бы свет: Эстер Ньюберг, моему литературному агенту; Бобби Марку, Элизабет Джекаб, Люции Стэниэлс и Энн Крейг из Mc-Graw-Hill; Крейгу Нельсону и Дженне Халл из HarperCollins и в особенности неофициальному агенту и большому другу Дайен Кэйрнс.

Венди Бенджамин, Марти Чавесу, Джону Деймеру, Роберту Марку Кэмену, Лоуренсу Кэздану, Айви Орта, Карен Розенфельт, Джерри Уайнтраубу, Джереми Уильямсу и Уолли Заваттеро за помощь и великодушное разрешение цитировать «Жар тела», «Малыша-каратиста» и «Катастрофу в тоннеле Силмар»*.

Тем, кто содействовал мне в карьере кинематографиста и преподавателя, особенно — Гэри Шусетту и Колледжу экспериментального кино в Шервуд-Оукс, где я начинал; продюсерам Майклу Джаффу, Зеву Брауну и Роберту Гвенетту, давших мне возможность учиться, Моне Мур, Стиву Уотерману, Стефани Мэнн и Мишель Уоллерстайн за дельные советы в решающие для карьеры моменты; множеству учебных заведений по всей стране, проводивших мои семинары, моему пресс-агенту Вики Артур, благодаря которой даже такой непростой клиент, как я, получает паблисити и полную аудиторию слушателей семинара. Отдельное спасибо руководителям программы обучения писательскому мастерству Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе, которые доверили мне преподавать у них и доказали, что серьезные научные авторитеты могут быть потрясающими коллегами.

Множеству продюсеров, агентов, сотрудников киностудий, преподавателей, сценаристов и кинематографистов, с которыми

* Названия фильмов на русском языке соответствуют прокатным версиям. В конце книги дан перечень всех фильмов и на русском, и на английском. — *Прим. ред.*

мне выпал шанс работать за все эти годы и у которых я многому учился, — без вас этой книге тоже не суждено было увидеть свет. И шести талантливым сценаристам, с кем мы стали близкими друзьями, это вы: Пол Марголис, Фредерика Хобин, Дон Бадей, Джуэл Джафф, Джилл Джересс и Эрик Эдсон.

Двум моим преподавателям: Уильяму Кэдбери из Орегонского университета — первому, кто научил меня пониманию глубинных смыслов кино, и Арту Артуру, который знал о сценарном мастерстве больше, чем кто-либо, кого я встречал, моему наставнику и дорогому другу.

Студентам, которых я учил последние семь лет. Вы дарили мне радость и помогали ставить цели и достигать их.

Если уж совсем о личном, то моей семье, за бесконечную любовь и поддержку и за то, что всегда смеялись над моими шутками, — и особенно брату Джиму за то, что всегда был рядом, тетушке Бон, дяде Винсу, Фрицу, Йену, Бонни Лори, Джейкобсонам, Джессике Артур и Памеле Стил.

Всем моим друзьям, особенно Нэнси Хикс и Сиски Дешейн за долгие годы, в которые они опекали меня и заботились, Юджину Уэббу, Дэйву Гриллу и Брюсу Дерману за то, что помогали преодолевать эмоциональные препятствия в процессе написания книги; Марти Россу, Митчеллу Группу, Арту Силверблатту, Майклу Ферматьюру, Нэнси Ньюмен и Дайен Хаак за помощь и дружбу; более же всех я хочу поблагодарить Джима Хикса, Джона Хадкинса, Эрла Камски, Чарлза Морланда и Билла Трезиса, которые всегда готовы ходить со мной в кино, даже в солнечную погоду в штате Орегон.

И, наконец, спасибо моей жене Вики. Без ее веры, поддержки, заинтересованности, любви и вдохновения я бы никогда не справился с этой книгой.

А ТЕПЕРЬ...

Позвольте добавить в список имена сотрудников HarperCollins, благодаря которым появилось новое издание книги; Стефани

Майерс, моему редактору, за бесценный вклад и поддержку, за то, что терпела не один просроченный дедлайн; моему корректору, Ольге Гарднер Гэлвин, за отловленные ошибки и любовь к кинематографу, и Энтони Мориасу за новую стильную обложку.

Всем моим клиентам во всем мире: вы не только даете мне средства к существованию, вы позволяете мне зарабатывать тем, чем я живу и дышу. Без вашего таланта, смелости, идей не было бы этой книги. Особенно хочу поблагодарить тех из вас, с кем меня связывает долгое сотрудничество, мы много пережили вместе, и я смело могу называть вас друзьями: Грейс Бойетт, Джакс Каликст, Роберт Селестино, Лорен Чадима, Шелли Эванс и Роджер Стоун.

Уилл Смит и Джада Пинкетт-Смит, Кен Стовиц, Ким Уайтхорн, Трейси Нибберг, Девон Франклин и все сотрудники Overbook Entertainment и Columbia Pictures — спасибо вам за великодушные, работа с вами была сплошным удовольствием и вдохновила меня на то, чтобы выложиться по максимуму.

За возможность поделиться с другими тем, чем я живу, спасибо Дереку Кристоферу, Биллу Доновану и всем, кто финансировал мои лекции и посещал их, присылал мне на электронную почту вопросы и благодарности. Всем, что я смог выразить в этой книге, я обязан вам. И особая благодарность руководству и членам Американской ассоциации романистов за теплое сотрудничество и за то, что расширили мои представления о киноистории.

Также хочу выразить признательность вам, мои коллеги, которые так помогали мне на моем поприще и дарили бесконечную поддержку и дружбу: Джинджер Эрл, Дона Джейсон, Стив Каплан, Кен Ли, Хайди Робертс, Крис Воглер, Майкл Визе, Сьюзен Виггс и особенно моя помощница Мариса Серар, без чьей помощи, терпения и понимания я бы просто не справился.

И, наконец (если бы это была оscarовская речь, меня бы давно спровадили со сцены), Майкл Фогель; Джон, Ингер, Саби

и Келли Лофгрэн; Брайан, Ираида, Лорен и Дж. П. Мэттьюс, а также Джен Хейг — спасибо за то, что я всегда могу рассчитывать на вашу дружбу, любовь и поддержку.

А, да, и еще...

Хочу повторить две благодарности: брату Джиму, который даже представить себе не может, скольким я ему обязан, и моей жене Вики, которая, как ни удивительно, не переставала любить и верить в меня более 35 лет.

ПРЕДИСЛОВИЕ КО ВТОРОМУ ИЗДАНИЮ

ЗАЧЕМ ЧИТАТЬ ЭТУ КНИГУ СНОВА?

Больше 20 лет назад вышло в свет первое издание книги «Голливудский стандарт: Как написать сценарий для кино и ТВ, который купят». За эти годы было продано 75 000 экземпляров — не «Гарри Поттер», но все же. Мне нравится думать, что все 75 000 покупателей прочли книгу и потом дали ее почитать еще кому-то, а значит, число читавших удвоилось. Но, наверное, это все же не соответствует действительности, так что будем считать, что читателей было 75 000.

Если вы в их числе, в первую очередь позвольте сказать вам спасибо за то, что мой труд был вознагражден. Спасибо за письма, бумажные и электронные, где вы писали, как хотите стать сценаристом, или благодарили за то, что книга помогла написать сценарий. Спасибо за то, что подходили ко мне на писательских конференциях, лекциях и встречах и рассказывали, что моя книга стала первой прочитанной вами о сценарном мастерстве, или остается любимой среди подобных, или вдохновила начать писать сценарий, или помогла продать уже написанный.

И еще я хочу ответить на один вопрос, который вы, без сомнения, зададите: если я прочел первое издание, нужно ли мне покупать и второе?

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Ответ — да.

Знаю, что я лицо заинтересованное. Но объясню, почему я так считаю:

- ▶ в этом издании я использую в качестве примеров фильмы, вышедшие на экраны за последние 20 лет;
- ▶ к тому же я выбрал новый сценарий — «Аватар» — для детального разбора и иллюстрации категорий персонажей, развития персонажа темы, а также структурирования сценария;
- ▶ я расширил главу о структуре, подробнее рассматривая завязку, финал, а также применение таких структурных принципов, как предвкушение, достоверность, время и мощный финал;
- ▶ я добавил целую главу, посвященную «исключениям из правил» — успешным кинопьесам, выбивающимся из традиционной голливудской схемы;
- ▶ когда я писал эту книгу впервые, никто не пользовался интернетом, теперь это делают все, поэтому здесь я даю ссылки на бесценные сайты, посвященные продвижению сценария;
- ▶ я пересмотрел каждый принцип написания и продажи сценария с точки зрения актуальности на сегодняшний день, добавив новые идеи и методики, накопленные за 20 лет работы сценарным консультантом и преподавателем сценарного мастерства.

Но, пожалуй, самое главное то, что у вас есть возможность переосмыслить понятия, которые вам известны, узнать что-то новое (или хорошо забытое), закрепить полезные навыки, избавиться от вредных привычек и настроиться на новые творческие свершения.

И еще кое-что я решил оставить без изменений. Первое — оригинальное предисловие, которое почти не тронул, вы найдете его на странице 19. Меня вполне устраивает то, что я написал 20 лет назад. И это по-прежнему соответствует действительности.

Если вы вправду хотите стать сценаристом, на вашем пути встретится множество людей, которые захотят отговорить вас от этой затеи, скажут, что это глупое или безумное занятие. Единственный способ справиться с ними — продолжать заниматься любимым делом и щелкать по клавишам.

Пусть технологии шагнули вперед, и рынок, на котором вам предстоит работать, изменился — принципы написания хорошего сценария остались прежними. А уж то, что Голливуду нужны толковые сценаристы, — справедливо как никогда.

Я решил оставить несколько примеров из первого издания — они слишком хорошо иллюстрируют принципы создания успешного сценария, чтобы от них отказываться.

И, надеюсь, мне удалось сохранить для новых читателей простоту, проницательность, хороший юмор и драйв, покоровшие тех, кто прочел первое издание.

А теперь настало время для вас, мои новые читатели.

Мне очень повезло, и я благодарен всем тем сценаристам, кинематографистам, агентам и сотрудникам киностудий, для которых эта книга стала помощником и вдохновителем, что позволило ей в эти 20 лет занять достойное место на книжных полках. Надеюсь, новое издание также поможет вам постигнуть тайны ремесла и построить карьеру.

Добро пожаловать.

ПРЕДИСЛОВИЕ

ЗАЧЕМ НУЖНО ЧИТАТЬ ЭТУ КНИГУ?

Во второй половине XX столетия кино стало тем, чем в первой был великий американский роман. Авторы, прежде мечтавшие увидеть свои истории на бумаге, теперь грезят о том, чтобы они появились на кино- и телеэкране.

И вовсе не обязательно в Голливуде. Люди смотрят телевизор и думают: «А ведь я могу написать лучше!» Они ходят в кино и хотят быть частью той магии, блеска и роскоши, которые они видят или о которых читали. Или просто хотят пережить боль и вдохновение, доверяя бумаге свои мысли и чаяния.

Итак, они решаются попробовать свои силы. Тут-то их и подстерегают опасные разрушительные мысли. Кто только не пишет сценарии в наши дни! Научиться творческому воображению невозможно. Толкового агента не найти. Надо жить в Южной Калифорнии. Важно не то, что ты знаешь, а то, кого ты знаешь. Они пошлют тебя на все четыре стороны. Твой сценарий разнесут в клочья. Никто не знает, что продается, а что нет. Им нужны комедии о подростковом сексе. Им нужны мачо и насилие. И писатели им нужны с именем.

И вообще таланта у тебя ни на грош.

Так что мечта хиреет или вовсе улетучивается. А некоторые упорно пишут в полной уверенности, что голливудские стандарты — миф, что Голливуд — большая лотерея. Есть такие,

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

кто вообще отказывается думать о коммерческой стороне дела, полагая, что они выше этого. Или, наоборот, начинают охотиться только за деньгами в полной уверенности, что все равно ничего достойного упоминания не создать. И т. д.

Я так не считаю. Поработав в Голливуде, где я читал и редактировал сценарии, набирал сотрудников, консультировал бесчисленных сценаристов и продюсерские компании, брал интервью у драматургов, агентов, продюсеров, сотрудников кинокомпаний и кинозвезд, я пришел к выводу, что все вышеперечисленное — мифы. Во всяком случае, это преувеличенное и искаженное восприятие действительности, и чтобы понять, как все обстоит на самом деле, их надо рассматривать под другим углом зрения.

Цель этой книги — развеять общепринятые мифы о неизбежности поражения и заменить их следующими идеями:

1. Если сценарное творчество — ваша цель, идите к ней. Пока сам *процесс* написания сценария приносит вам удовлетворение, продолжайте заниматься этим, так как талантливый человек, который долго добивается чего-то, обязательно преуспеет.
2. Многие из нас хотели бы *написать* сценарий; но важно другое: хотите ли вы *писать* сценарий. Если вы получаете удовлетворение, записывая день за днем какую-то историю, то деньги и слава могут стать дополнительной наградой. Но если вы заиклитесь именно на этих вторичных вознаграждениях, то, даже достигнув успеха, вы будете разочарованы.
3. Творческие способности есть у каждого. Ваша цель — не учиться творить, а развить творческий потенциал. Книга содержит множество методов подталкивать, стимулировать и распознавать творческие способности, чтобы потом воплотить их в готовом сценарии.
4. Неважно, сколько новых технологий внедряется в кинематограф, кто из кинозвезд и режиссеров сейчас на пике популярности — в основе любого успешного филь-

ма всегда будет интересная, хорошо написанная история. По прекрасному сценарию можно снять плохой фильм, но не наоборот. Голливуду сценаристы нужны всегда.

5. Голливудские стандарты действительно существуют, их можно освоить и писать так, чтобы им соответствовать. Самый простой и доступный способ — смотреть успешные фильмы и телешоу и пытаться понять, что в них общего, а также слушать, что говорят о своих потребностях и пожеланиях люди, которые занимаются покупкой сценариев. В этой книге вы найдете множество контрольных вопросов и описание их требований и способов связаться с ними, чтобы показать свою работу.
6. Коммерческий успех и мастерство не исключают друг друга.
7. Процесс написания сценариев может быть разделен на проверенные шаги и этапы, соблюдая которые можно создать конкурентоспособный и захватывающий сценарий.
8. Можно писать сценарии, живя в любой точке мира.
9. Можно сделать карьеру сценариста, не зная никого в радиусе пары тысяч километров от Южной Калифорнии.
10. И, наконец, занимаясь этим, можно заработать кучу денег.

Если вы хотите узнать, подходит ли вам карьера сценариста, исходите из реалий этой работы и думайте о том, сможете ли вы реализоваться в этой профессии, а не о том, что где-то вас ждет награда. Если вы решили писать сценарии, потому что давно мечтали и страстно любите это занятие, с каждым днем вы будете работать лучше и лучше, развивая творческие способности, узнавая, что делать на каждом этапе написания и продажи сценария, и вдумчиво разбирая методы, доказавшие свою эффективность.

Именно этому учит моя книга.

НЕОБХОДИМЫЕ ПОЯСНЕНИЯ И ОГОВОРКИ

Наконец, перед тем, как приступить к основной части, должен сказать несколько слов о собственном взгляде на предмет.

Хотя даже работающие, опытные сценаристы, которые легко могут позволить себе домик на побережье в Малибу, найдут много полезного среди информации и принципов, изложенных в книге, я полагаю, что основными ее читателями станут новички, которые лишь начинают писать сценарии для кино и телевидения. Следовательно, эта книга рассчитана на тех, кто только начинает свою карьеру. Но безусловно, она полезна для всех, даже если вы продали десяток своих сценариев.

Не стоит волноваться, если вы ни разу не читали сценарий, не говоря уже о попытках написать собственный. К тому времени, когда вы закончите читать, вы узнаете достаточно о том, как работать над сценарием, начиная с первых фраз и заканчивая продвижением на рынке.

Аналогично, хотя перечисленные в книге принципы (в особенности художественные) применимы почти ко всем фильмам и сценариям, многие коммерческие соображения не относятся к тем, кто уже сделал себе имя.

Если вы только пробуете себя как сценарист, вы должны понимать, что принципы, приемлемые для Квентина Тарантино, Вуди Аллена, Уильяма Голдмена или Джеймса Кэмерона, не обязательно годятся в вашем случае. В частности, в коммерческих вопросах есть критерии, стандарты и ограничения, которых вам важно придерживаться, но кинематографисты с именем могут их игнорировать.

Вуди Аллен может написать любой сценарий и реализовать его. «Зелиг» — потрясающий фильм. Но его сценарий — не из тех, что сослужил бы добрую службу новичку. Обычно сценарии, которые рушат стереотипы и выбиваются из всех принципов и стандартов и по которым ставятся фильмы на пределе современных кинематографических возмож-

ностей, написаны мэтрами киноиндустрии. А пока ваше имя не говорит само за себя, лучше придерживаться испытанных временем правил.

Также эта книга подразумевает, что вы будете ориентироваться на американский и канадский кинорынок, так что правила и стандарты французского, греческого, японского или индийского рынка могут вам и не подойти. Если вы пишете сценарии в Великобритании, Австралии или Швеции, почти все принципы написания сценария актуальны, однако коммерческие соображения различаются, и вам необходимо изучить нынешнее состояние кинорынка вашей страны, чтобы верно выбрать концепцию истории и маркетинговые стратегии.

Для иллюстрации описываемых мной принципов используются фильмы и сериалы, выпущенные в Америке за последние 20 или 30 лет. Пусть и сегодня «Касабланка» способна трогать зрителя, я исхожу из того, что если вы читаете эту книгу сейчас, то и карьеру собираетесь делать сейчас, и для вас верны принципы и коммерческие соображения, которые могут не подходить для сценаристов, пишущих в другой стране и в иную эпоху.

В книге дан обзор того, что я называю «мейнстримом в телевидении и кино»: сюжетные полнометражные художественные ленты, демонстрируемые на всей территории страны по каналам национального и кабельного телевидения, телефильмы, сериалы и короткометражные художественные фильмы. Ни о документальных фильмах, ни о мультиках в субботу вечером, дневных мыльных операх, рекламных роликах, выпусках новостей, обзорах спортивных новостей и прогнозе погоды речи не пойдет. Но, опять же, цель всего вышеперечисленного состоит в том, чтобы добиться эмоционального отклика аудитории, так что многие принципы могут совпадать.

Я буду много говорить о Голливуде. Под «Голливудом» подразумевается не город в Северной Калифорнии, обитатели которого своим образом жизни вгонят в краску даже жителей Содомы и Гоморры. Скорее я имею в виду структуру власти и финансы киноиндустрии. Так что если вы стремитесь в Гол-

ливуд — это может означать, что вы налаживаете отношения с инвестиционной группой в городе Окала, штат Флорида.

И, наконец, в этой книге преобладают мои личные оценки. Принципы, лежащие в основе хорошего сценария, легко можно проверить, отсмотрев коммерчески успешные фильмы, принесшие значительную прибыль создателям — согласно статистике кассовых сборов или рейтингу Нильсена*, — или картины — лауреаты премий, самые обсуждаемые и имеющие культовый статус. Однако эмоциональный отклик сугубо индивидуален, и, говоря об эмоциональном отклике, вызванном фильмом, я в первую очередь говорю о своих чувствах. И не надо беспокоиться по поводу вашего согласия или несогласия со мной в каждом конкретном случае. Старайтесь понять, как действует тот или иной из описанных принципов. И, в свою очередь, применяйте их к анализу ваших собственных любимых фильмов, вызвавших положительный эмоциональный отклик у вас.

Обращайтесь с этой книгой так, как вам удобно. Можете прочитать сначала целиком, а потом сосредоточиться на вопросах, в которых чувствуете себя менее уверенно. Или использовать контрольные вопросы после того, как напишете черновик того или иного эпизода в вашем сценарии. Или просто пролистать книгу, чтобы решить, годится ли для вас ремесло сценариста. Или положить на кофейный столик, чтобы произвести на соседку впечатление, что вы и правда работаете в шоу-бизнесе. Или подложить под ножку стола, чтобы не шатался.

Но в какой-то момент стоит убрать ее подальше. Пособия по сценарному мастерству, подобно семинарам, рискуют стать заменителем реальной работы вместо того, чтобы служить подспорьем. Лучше попытаться написать собственный сценарий, а потом после каждой версии возвращаться к книге, чтобы свериться с контрольными вопросами. Ну и потом — есть другие книги, можно сходить на курсы, чтобы узнать иной взгляд

* Система измерения количества аудитории, разработанная компанией Nielsen Media Research. — *Прим. пер.*

на предмет сценарного мастерства, перед тем как приступить к собственному сценарию.

Иными словами, в какой-то момент вы поймете, что информации достаточно. И тогда надо набраться смелости, положить перед собой лист бумаги, покопаться в своей душе и приступить.

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ

СОЗДАНИЕ ИСТОРИИ

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

ГЛАВА ПЕРВАЯ

ЦЕЛЬ СЦЕНАРИСТА

Никто не ходит в кино, чтобы смотреть, как люди на экране смеются, плачут, пугаются и переживают.

Люди приходят в кино, чтобы самим испытать все это.

Причина, по которой кино околдовывает нас, и это искусство уже больше века продолжает привлекать миллионы зрителей, кроется в том, что оно дает зрителю возможность *испытать эмоции*. В уютном, окутанном полутьмой зрительном зале или в мягком домашнем кресле можно забыть о реальном мире и пережить мысли, чувства, приключения, которые едва ли случились бы с нами в обычной жизни. Во время просмотра фильма или сериала мы чувствуем любовь, ненависть, страх, страсть, возбуждение или веселье, которые вносят в нашу жизнь разнообразие, придают ей остроту, воспитывают душу, но происходит это в спокойной и безопасной обстановке.

Следовательно, у всех создателей кино одна цель: *вызвать у зрителя эмоции*. Будь то режиссер, актер, осветитель или даже помощник продюсера — каждый из них работает ради отклика со стороны аудитории. Когда фильму или сериалу удастся подобное, картину ждет успех; если нет — провал.

ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА СЦЕНАРИСТА

Первостепенная задача сценариста даже более конкретна: *сценарист должен найти эмоциональный отклик у того, кто читает сценарий*.

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Воздействие сценария на читателя должно быть сопоставимо с тем впечатлением, которое фильм произведет на зрителя: яркое эмоциональное переживание. Коммерческие соображения, звездный состав актеров, актуальность, новаторские концепции и положительные прогнозы, — все неважно, если не будет выполнено самое простое и самое главное условие.

Если продюсер, режиссер, актер, их ассистенты или кто бы то ни было, имеющий отношение к работе над будущим фильмом, не улыбаются, не смеются, не плачут, не грустят вместе с действующими лицами сценария, то и аудиторию такой сценарий не тронет.

Другими словами, для сценариста *читатель* и *зритель* — синонимы.

ОДИН ПРОСТОЙ УРОК О ТОМ, КАК НАПИСАТЬ СЦЕНАРИЙ

Как написать хороший сценарий? Ответ прост, я могу сформулировать его в одном предложении: харизматичный герой должен преодолевать все более трудные, кажущиеся непреодолимыми препятствия на пути к вожаденной цели.

В этой фразе заключается квинтэссенция того, что происходит практически во всех успешных фильмах. Исключения составляют лишь те, в которых герою не удается достичь вожаденной цели, как в «Горбатой горе» или «Старикам здесь не место», а также фильмы, в которых герой осознает, что его цель была ошибкой, как в «Человеке дождя» или «Воспитании чувств». И все же суть успешных кинолент неизменна.

Трудность состоит не в понимании писательской задачи. Самое сложное связано с проработкой всех ее аспектов. Как создать героя, которому станут сопереживать? Какое непреодолимое желание выбрать для героя? Какие препятствия придумать для него? Как описать все это, чтобы гарантированно эмоционально вовлечь читателя?

И последнее (и, вероятно, именно это побудило вас купить книгу) — как в результате всех этих действий разбогатеть?

ЧЕТЫРЕ СТАДИИ РАБОТЫ НАД СЦЕНАРИЕМ

Каждый аспект работы над сценарием относится к одной из четырех стадий:

- 1. Концепция истории.** Это одно-два предложения о том, кто ваш герой, какова его цель.
- 2. Персонажи.** Люди, населяющие вашу историю.
- 3. Структура сюжета.** События, происходящие в истории, и их последовательность.
- 4. Отдельные сцены.** Стилль вашего повествования, приемы, действия, описания и диалоги, призванные максимально вовлечь читателя.

В этой книге мы подробно разберем каждую из составляющих в указанном порядке. Но прежде хочу заметить: сформулировать концепцию истории в одном предложении, а затем последовательно развивать ее в 115-страничном сценарии — лишь один из способов. Это хорошо организованный и логичный путь для авторов левополушарного типа мышления, позволяющий строить сюжет так, чтобы каждый следующий поворот логически вытекал из предыдущего. Преимущество такой тактики заключается в ее, так сказать, надежности.

Однако такой логичный и пошаговый путь — *не единственный* способ создать сценарий. Не исключено, что для вашего склада ума другой, более свободный метод может оказаться наиболее эффективным. Если вы человек скорее «правополушарный», можно попробовать писать сценарий, следуя интуиции, по принципу «плавного появления». Другими словами, позволить истории «писать себя самой».

Как и любое путешествие без пункта назначения, такой способ написания сценария предполагает отсутствие каких-либо гарантий и надежности, однако риск с лихвой может оку-

питься неожиданными, будоражащими поворотами сюжета. Такая тактика раскрепощает изобретательность и воображение и зачастую помогает сценаристам, когда работа заходит в тупик.

Важно использовать эффективный именно для вас метод либо комбинацию из них.

Но какой бы подход вы для себя ни избрали, выдающиеся качества сценария — его концепция, образы персонажей, структура сюжета и текст — должны вызвать у зрителя сильные эмоции.

Эта книга, надеюсь, станет для вас точкой опоры, от которой вы вольны начинать свое творческое путешествие в любом выбранном направлении. Если найдете в ней полезный совет — держите его в голове во время своей работы; если какие-то рекомендации окажутся неподходящими — не бойтесь искать новое. Моя цель состоит в том, чтобы помочь вам избежать творческих тупиков на всех этапах написания сценария.

МОЗГОВОЙ ШТУРМ, РЕДАКТИРОВАНИЕ И ТВОРЧЕСКИЙ ЗАСТОЙ

На протяжении всей книги вы будете периодически встречать понятие *мозговой штурм* (*мозговая атака*). Я использую его применительно к периодам активного творчества, когда вам надо выдать скорее количество, чем качество, когда хочется дать волю воображению и вам нет никакого дела до критики или корректности текста.

Лишь когда период *мозгового штурма*, состояния, свободного от сомнений и критических оценок, окончен, можно переходить к этапу редактирования. Настает время как следует присмотреться к написанному и дать трезвую оценку каждой из множества идей, сгенерированных в период подъема, отказаться от лишнего и более внимательно проработать подходящее.

Арт Артур, легендарный сценарист, писавший на протяжении более чем 40 лет, говорил, что у успешного писателя есть два секрета. Секрет № 1: «Записывай все, разберешься потом» (извините, но второй секрет вы узнаете в конце книги).

Если подвергать каждую возникшую мысль строгому отбору прежде, чем записывать ее, то вы недалеко продвинетесь. Страх и сомнения скуют вас по рукам и ногам, и однажды вы решите вовсе забросить творчество и начнете покупать книги об инвестициях в недвижимость. Иными словами, наступит *творческий кризис*.

Кризис — обратная сторона *мозгового штурма*. Мозговой штурм раскрепощает ум, позволяет воображению вести вас в любом направлении, не задумываясь об оценках и критике. Кризис — время, когда вы топчетесь на месте, боясь неудачи, успеха, перемен, осуждения или несовершенства.

Творческий кризис — не тот случай, когда вы 15 минут безрезультатно сидите перед чистым листом бумаги, пытаясь подобрать подходящие слова для диалога. Кризис — это когда вы не прикасались к сценарию уже две недели, а вместо этого безмятежно смотрите телевикторину с пакетиком чипсов. Творческий кризис, как опухоль, разрастается с каждым днем, и чем дольше он длится, тем меньше у вас шансов с ним справиться.

Так что даже если вы выбрали последовательный процесс работы над сценарием, описанный в этой книге, необходимо все же время от времени давать себе немного свободы.

Допустим, на стадии разработки персонажей вам никак не удастся придумать злодея. Вместо того чтоб дожидаться, когда придут нужные слова, и загонять себя в кризис, стоит отложить попытки и перейти к фазе описания сцен. Например, если вы ясно представляете себе, как должна выглядеть сцена столкновения главного героя и антагониста, то переходите прямо к ней. Этот момент противостояния, возможно, прольет свет на характеры каждого из героев, это поможет вам сдвинуться с мертвой точки и вернуться к образам персонажей.

Часто писатели избегают формул (которые я не перестаю защищать), ошибочно считая, что готовые решения лишат их свободы творчества. Но формула — лишь метод, позволяющий достигать нужного результата раз за разом. И если вы раз за разом настроены вызывать эмоциональный отклик читателя с помощью определенного способа структурирования вашей истории или раскрытия внутренней жизни персонажей, то почему не испытать готовые алгоритмы? Формула никогда не подсказывает вам, *что* именно писать, она лишь обнаруживает приемы и модели, которые на протяжении десятилетий применялись в других успешных фильмах.

Более того, я убежден, что подобные рецепты могут даже вдохновить. Порой та или иная сцена может выглядеть надуманной и неправдоподобной, а вы знаете, что в науке создания сценариев существуют проверенные методы, помогающие преодолеть подобную проблему (кстати, мы будем подробно рассматривать их в главе 5). Следовательно, можно обратиться к рекомендованным схемам, чтобы продумать поступки и диалоги героев.

Итак, четыре стадии работы над сценарием — это всего лишь общая модель, вокруг которой вы будете его строить, чередуя мозговые штурмы и саморедактуру. Такая тактика помогает избежать творческих кризисов и максимизировать способность эмоционально вовлекать читателя и аудиторию.

ЕЩЕ ОДИН ШАГ К УСПЕШНОЙ СЦЕНАРНОЙ КАРЬЕРЕ, О КОТОРОМ ВСЕ ЗАБЫВАЮТ

Прежде чем вы уйдете с головой в работу над вашим сценарием, есть еще один важный этап: *вы должны смотреть фильмы*.

Были времена, когда я думал: это ведь очевидно, что сценарист должен смотреть кино. Но, поездив по разным странам, был поражен, узнав, сколько желающих строить карьеру не то что в кинотеатры не ходят — им даже лень взять напрокат DVD. А если они и делают это, то чаще всего берут класси-