

Александр Молчанов

БУКВАРЬ СЦЕНАРИСТА

Как написать интересное кино и телесериал

Об авторе: Молчанов Александр Владимирович, родился в 1974 году в поселке Сямжа Вологодской области, окончил Вологодский педагогический университет (факультет филологии, теории и истории изобразительного искусства), ВГИК (ЦДПО, отделение кинодраматургии, мастерская А. Э. Бородинского). Сценарист сериалов «Детективы» (Первый канал), «Час Волкова», «Кодекс чести», «Захватчики», «Москва, Центральный округ» (НТВ), «Черчилль» (Россия) и др. Лауреат драматургических премий «Текстура», «Новая пьеса», «Евразия», «Любимовка», «Премьера», «Страна», «Мы дети твои, Россия».

Член Союза кинематографистов России.

В ноябре 2008 — июне 2009 года провел в Живом Журнале по адресу kinshik.livejournal.com мастер-класс «Как написать интересное кино». Участниками мастер-класса стали более полутора тысяч начинающих сценаристов из России, Украины, Израиля, США, Австралии и других стран.

Юлия Шагинурова, главный редактор кинокомпании ТВИНДИ:

У Саши Молчанова есть редкий дар, без которого даже самую интересную историю нельзя превратить в сценарий. Самый незатейливый сюжет он умеет оформить в такую последовательность событий, от которой у читателя (а позже у зрителя) будет захватывать дух. Иначе говоря, Саша умеет писать кино.

Я рада за тех, кто будет читать Сашины лекции впервые и целиком, ведь кроме того, что это серия действительно полезных советов, это еще и захватывающее читательское переживание, которое Молчанов сконструировал по всем законам кино: его мастер-класс увлекает, завораживает и дает полную иллюзию соучастия.

Дмитрий Бавильский, писатель:

То, что Молчанов пишет касаясь сценариев, очень подходит и к написанию романов тоже. Оказывается, что совершенно разные виды деятельности имеют одни и те же конструктивные принципы и критерии качества, и Саша очень хорошо это показывает. Другое дело, что шедевр можно создать, только нарушая все возможные правила, но это уже совсем другая история. А для начала нужно освоить азбуку, чтобы затем, отринув ее, заговорить на своем собственном языке.

Александр Фолин, кинокритик, заместитель главного редактора «Total DVD»:

Почитать то, что пишет Саша, стоило бы не только тем, кто занимается написанием сценариев или думает этим заняться, но и тем, кто пишет о кино. Да что там говорить! Даже тем, кто просто любит кино и хочет его понимать чуть лучше.

Содержание

Часть первая. Как написать интересное кино

Предисловие

Урок 1. Главная тайна кино

Урок 2. Что главное в интересном кино?

Урок 3. Как создать героя, на которого хочется быть похожим?

Урок 4. Цель героя

Урок 5. Характер героя

Урок 6. Судьба героя

Урок 7. Что делает сцену сценой?

Урок 8. Структура сценария

Урок 9. Крючки

Урок 10. Идея фильма

Урок 11. Правда

Урок 12. Описание действия

Урок 13. Диалог

Урок 14. Сценарная запись

Урок 15. Вдохновение

Урок 16. Договор

Часть вторая. Как написать интересный телесериал

Урок 1. Телесериал как высокий жанр

Урок 2. Когда сценарист главнее режиссера

Урок 3. Расписание сценариста

Урок 4. Вертикальный квадрат

Урок 5. Это просто смешно!

Урок 6. История интернет-кино

Урок 7. Российские интернет-сериалы

Урок 8. Написание заявки сериала

Приложения

Приложение 1. Упражнения для сценариста

Приложение 2. Список литературы

Приложение 3. Список фильмов для обязательного просмотра

Приложение 4. Стандартный договор со сценаристом

Предисловие

Прошло то время, когда все хотели быть писателями. Теперь все хотят быть сценаристами. Если кто-нибудь скажет вам «нет, я не хочу быть сценаристом» — будьте с этим парнем поосторожнее, он обманщик. Все, даже продюсеры, режиссеры и критики, которые на чем свет стоит ругают нашу работу, на самом деле сами хотят быть сценаристами. Особенно критики. У каждого из них в ящике стола лежит недописанный сценарий.

Все хотят придумывать увлекательные истории, за которыми будут следить миллионы людей. Все хотят писать красивые реплики, которые будут произносить всемирно

известные артисты. В конце концов, все хотят пройти по красной дорожке и, подбрасывая плечистую статуэтку, благодарить в ответной речи продюсера, маму, жену и kota.

Однако сценариста на пути от истории до статуэтки ожидает множество препятствий. Конечно, эта книга не поможет вам эти препятствия обойти. Вы обязательно ударитесь о каждое из них хотя бы по одному разу — все так делают. Но, если вы будете внимательно читать эту книгу и выполнять упражнения, вы, возможно, сможете, набивая шишки, идти вперед. В то время как немало весьма талантливых людей продолжают биться головой о первое же препятствие, не двигаясь с места.

Так чего ждем? За мной!

Часть первая. Как написать интересное кино

Урок 1: Главная тайна кино

В последние годы мне несколько раз приходилось быть на встречах, семинарах, лекциях мэтров российского и мирового кино — сценаристов и режиссеров. У каждого непременно спрашивают: в чем ваша тайна? Что нужно сделать, чтобы добиться успеха в кино? Почти все мэтры отвечают одинаково: никакой тайны нет, главное — это талант и трудолюбие.

Так вот: это неправда.

Мэтры лукавят, чтобы не выдавать неопытным главную тайну кино. Ни талант, ни трудолюбие к успеху в кино никакого отношения не имеют. Тысячи талантливых и трудолюбивых людей, работая в поте лица, добились весьма скромных результатов.

Раз уж мы говорим о сценарной работе, за примерами далеко ходить не нужно. Борис Акунин, автор романов, от которых трудно оторваться, написал не очень удачный сценарий фильма «Азazelь». Популярнейший детективщик Эдуард Тополь добился исключительного права контроля за съемками своего фильма «На краю стою», уволил трех режиссеров — и в итоге получилось... скажем так, не самое лучшее произведение киноискусства. Почему? А потому, что ни Акунин, ни Тополь не знают главной тайны кино. Либо знают, но все равно уверены, что главное — «талант и трудолюбие». Только не подумайте, что я против таланта и трудолюбия! Они в нашем деле как минимум не помешают. Но этого все-таки недостаточно. Как вы думаете, почему братья Стругацкие написали сценарий только к одному выдающемуся фильму? Все очень просто: режиссер и соавтор сценария «Сталкера» знал главную тайну кино, а они — нет. Поэтому Тарковский и не стал с ними писать сценарий «Жертвоприношения», хотя такие планы были. Несмотря на то что Стругацкие, конечно, и талантливые и трудолюбивые писатели. Главную тайну кино раскрыл мне несколько лет назад один пожилой и очень мудрый кинематографист. Сначала я не придавал этой информации особого значения. У меня ушел целый год на то, чтобы осознать, что эта тайна — действительно главная. И еще год на то, чтобы научиться ее использовать. Надеюсь, вы управитесь быстрее.

Готовы?

Итак, главная тайна кино: каждую секунду зрителю должно быть интересно, что будет дальше.

Вы продолжаете читать этот текст, потому что вам интересно, что дальше. Так и зритель должен каждую секунду предпринимать усилие, чтобы оставаться в зрительном зале или перед телевизором. Что-то должно его удерживать на месте, заставить забыть о попкорне, мировом кризисе, школе, институте, работе — обо всем на свете, кроме одного — того, что сейчас произойдет на экране.

Вот этому мы и постараемся научиться.

Занимательность — вежливость писателя. Для сценариста занимательность — это не просто вежливость, это вопрос выживания. Умеешь писать интересно — у тебя есть работа, не умеешь — сиди дома и пиши киноповести «для души».

Конечно, вы тут же скажете: нет, главное в кино не это! Главное — мысль, картинка, кастинг, спецэффекты, декорации (или все вместе взятое)! Так вот, в истории мирового кино было множество фильмов, в которых были и мудрые мысли, и красивая картинка, играли суперзвезды, были впечатляющие декорации. Но эти фильмы было неинтересно смотреть. И они забыты. А снятые за три копейки (точнее, лиры) «Похитители велосипедов» Витторио де Сика или «Рим — открытый город» Роберто Росселлини и сейчас смотрят. Потому что в каждую секунду этих фильмов интересно, что будет дальше. Даже если видите эти фильмы во второй, третий, пятый раз — вы снова и снова переживаете за безработного, который пытается найти украденный велосипед, и за священника, который прячет оружие, чтобы спасти своих прихожан от фашистов.

Однажды я спорил до хрипоты с начинающим сценаристом, который пытался доказать, что «интересно» может быть только в «низких» жанрах, а мы должны делать высокохудожественное, высокодуховное кино безо всякого заигрывания со зрителями.

Никто не спорит, давайте делать высокодуховное кино. Но пусть оно не будет скучным!

«Нетерпимость» (знаменитого американца) Гриффита — высокодуховный фильм? Да. Скучный? Нет. Гриффит не считал для себя зазорным делать интересное кино. Потому что он уважал своего зрителя, и тот платил ему взаимностью (хотя фильм все равно оказался финансовой катастрофой, но в этом была вина не Гриффита — выдающегося творца, а Гриффита — никудышного бизнесмена, разбрасывавшего во время съемок деньги направо и налево).

Не следует заигрывать со зрителем. Попробуйте его оскорбить, напугать, вызвать у него отвращение, заставить скучать. Захочет ли он общаться после этого? Вряд ли.

Недавно я встретил сценариста, который отказывал «высокому» кино в увлекательности. За несколько лет по его сценариям не было снято ни одного кадра. «Никому не нужно великое кино, пишу роман в стол», — посетовал он. Действительно, роман можно писать в стол. А сценарии пишутся для того, чтобы снимать по ним кино. Так сделайте же это кино интересным!

Детективная интрига вовсе не обязательна для интересного кино. Вим Вендерс и Джим Джармуш легко обходились без нее. Успех кино от жанра зависит не так сильно, как может показаться на первый взгляд. Это может быть боевик, арт-хаус, мелодрама, комедия, фантастика — все, что угодно. Если это кино смотреть интересно — его и через сто лет будет интересно смотреть. Если нет — хоть сто «Оскаров» ему дайте, его забудут через год.

Помните, как гремела «Горбатая гора»? Арт-хаусное высокодуховное кино. И кто сейчас помнит эту картину? Вы часто ее пересматриваете? Есть здесь кто-нибудь, кто посмотрел этот фильм семь раз? Поднимите руку. Неужели никто? То-то же.

Итак, повторяю, главная тайна кино: каждую секунду зрителю должно быть интересно, что будет дальше.

И это главное, что я хотел рассказать на первом уроке.

Из следующего урока вы узнаете, что самое главное в интересном кино и чем оно отличается от неинтересного.

Есть один важный элемент, без которого интересное кино никогда не получится. И наоборот, если этот элемент в кино есть, иногда его самого по себе бывает достаточно, чтобы сделать кино интересным.

Для того чтобы сделать наш разговор более предметным, прежде чем читать следующий урок, пересмотрите, пожалуйста, фильм «Чапаев». Тот самый, 1934 года, братьев Васильевых. Конечно, вы все его видели и не раз, но все-таки пересмотрите еще раз и подумайте, почему прошло уже 74 года, а фильм до сих пор интересно смотреть?

Вы знаете, что Сталин смотрел «Чапаева» 38 раз? Как вы думаете, почему?

Дополнительно: смотрите видеоприложение №1

Урок 2. Что главное в интересном кино?

На прошлом уроке я раскрыл вам самую главную тайну кино: нужно, чтобы каждую секунду было интересно, что будет дальше.

Я попросил вас пересмотреть фильм «Чапаев», поскольку он является настоящей хрестоматией приемов удержания интереса зрителя, и мы к нему не раз еще вернемся.

Сейчас расскажу, что есть главное в интересном кино и почему это «интересно» работает даже с теми фильмами, которые мы видели не раз.

Многие считают главным элементом увлекательности сюжет.

Это не так.

Есть целый ряд фильмов, например «Жил певчий дрозд» Отара Иоселиани, в которых сюжета нет. Есть состав событий, среди которых нет событий, меняющих судьбу героя (о том, какими должны быть события, значимые для сюжета, мы поговорим позже).

Каков был герой вначале, таковым и остался, только умер в финале. Он умер таким же, каким был в начале фильма. Его смерть не изменила его судьбу. Мог бы и не умирать, это бы ничего не изменило. Фильм от этого не стал бы хуже.

Что же заставляет нас пересматривать некоторые фильмы по многу раз? Философия — как в «Матрице»? Уверяю вас, есть гораздо более глубокие фильмы. Спецэффекты и бои? Есть весьма посредственные фильмы, где бои сняты гораздо краше, чем в «Матрице» (например, «Эквилибриум»).

Итак, что притягивает нас к экранам?

Герой.

За него мы переживаем. За него мы боимся, его победы мы желаем.

Именно героем фильма «Чапаев» 38 раз любовался Сталин. Именно такого кино он хотел и заставлял советских кинематографистов снимать снова и снова: «Щорс», «Минин и Пожарский», «Александр Невский», «Жуковский», «Белинский», «Мичурин» и так далее. Но большинство этих героев получались картонными, неубедительными. Поэтому и кино было скучное. И остались из них только «Чапаев» да «Иван Грозный» (ох, какой там герой!).

В фильме может не быть сюжета, но если в нем не будет героя, то такое кино не будут смотреть.

Когда вышла «Космическая одиссея» Кубрика, зрители были потрясены красотой съемок и спецэффектов, глубиной мысли, дыханием эпоса. Многие и сейчас по привычке считают «Одиссею» великим фильмом.

Однако зрители почему-то предпочитают совсем другую космическую одиссею, в которой сценарий написан тят-ляп, спецэффекты наивные, съемки примитивные, актеры играют спустя рукава. Но зато какие герои в «Звездных войнах» Джорджа Лукаса! Вы играли в детстве в джедаев? Я играл. Думаю, и ваши дети и дети ваших детей будут играть в джедаев.

Еще раз повторю, чтобы запомнилось, как двадцать пятый кадр: главное в интересном кино — это герой.

Это не просто человек, который пришел и всех победил. Давайте попробуем понять, каким должен быть герой, чтобы за ним было интересно следить на протяжении двух часов, пока идет фильм.

Может быть, он должен расследовать преступления?

В современных сериалах есть такая универсальная формула: «...и еще он расследует преступления». Например: он почтальон, и еще он расследует преступления. Она детективная писательница, и еще она расследует преступления. И даже так: он маньяк-убийца, и еще он расследует преступления (американский телесериал «Декстер»).

Нет. Этого явно маловато, чтобы заставить зрителей следить за приключениями всех этих любителей и любительниц частного сыска.

Какие вообще есть герои в кино?

Женщина-рабовладелица, потерявшая состояние в результате войны Севера и Юга, которая поклялась снова разбогатеть и разбогатела («Унесенные ветром»).

Супершпион, у которого в каждой серии убивают любимую девушку (фильмы о Джеймсе Бонде).

Выдающийся диагност, инвалид, неврастеник и наркоман («Доктор Хаус»).

Спичрайтер, пишущий роли для президента США («Западное крыло»).

Очкастый неврастеник, работающий сценаристом на радио и разрывающийся между двумя женщинами («Манхеттен»).

Бухгалтер из Кливленда, однофамилец и тезка известного поэта, который предпринимает рискованное путешествие в надежде получить работу («Мертвец»).

Два гангстера, черный и белый, которые должны забрать у воришек чемодан своего шефа («Криминальное чтиво»).

Парализованный человек, который может двигать лишь одним веком («Скафандр и бабочка»).

... здесь добавьте своего героя.

Что общего между этими героями?

В учебниках по сценаристике пишут: герой должен быть сильным, он должен действовать, он должен меняться и так далее.

Герои, которых я перечислил, сильные? Не все. Они действуют? Не всегда. Они меняются? Не так уж сильно.

И тем не менее нам всегда интересно смотреть на них — снова и снова. Мы переживаем за них.

Почему?

Потому что мы хотим быть на них похожими.

Вот это и есть главное, что должно быть у героя. Для того чтобы переживать за него, мы должны хотеть быть на него похожими.

Сталин хотел быть похожим на Чапаева. Миллионы людей, которые смотрели этот фильм, хотели быть на него похожими. И сейчас, когда снова пересматриваешь это кино, ловишь себя на мысли, что хочешь быть на него похожим: таким же остроумным, удачливым и притягивающим к себе людей. Ну да, он в конце концов утонул — зато прославился. И кстати, каждый раз, когда снова смотришь сцену переправы, иной раз ловишь себя на мысли: вдруг в этот раз он доплывет?

Иногда, когда вы смотрите какое-нибудь скучное кино или сериал и пытаетесь сосредоточиться на приключениях героя, но путаетесь в сюжетных линиях, забываете, кто и героев когда кому сказал, кто что сделал, — попробуйте задать себе вопрос: а вы хотели бы быть похожими на этого героя? Наверняка окажется, что нет. Как вы думаете, создатели этого фильма хотели бы быть похожими на своего героя? Наверняка нет. Ну и зачем нам нужны такие герои? Нет, такие герои нам не нужны!

Когда вы смотрите по-настоящему хороший фильм, симпатия к герою возникает не всегда осознано. Великие творцы умели прятать свои приемы. К примеру, все любят фильм «Бриллиантовая рука». Но все ли хотят быть похожими на недотепа Семен Семеныча Горбункова? Вряд ли кто-нибудь из поклонников фильма признается в этом.

А между прочим, не такой уж Горбунков и недотепа: ведь он все-таки перехитрил контрабандистов. Но в какой именно момент мы понимаем, что герой Горбункова не так прост, как кажется?

Когда герой получает от милиционера пистолет, он роняет фразу: «С войны не держал боевого оружия». И вот с этого момента образ Горбункова вдруг приобретает глубину. И конечно, именно в этот момент большая часть зрителей неосознанно захотели быть Семеном Горбунковым. Недаром простецкая фраза из проходного эпизода пошла «в народ».

Поэтому-то «Бриллиантовая рука» и стала одной из самых любимых народных комедий. А не было бы этой фразы — не было бы и героя, не было бы и самой этой комедии.

Это все, что я хотел рассказать вам на этом уроке.

Задание к следующему уроку: вспомните своего любимого киногероя. Если есть возможность, пересмотрите фильм, где действует этот герой. Наблюдайте за ним. Все ваше внимание — на героя.

И попробуйте ответить на два вопроса.:

1) вы хотите быть похожими на этого героя?

И если да, то:

2) как вы думаете, почему вы хотите быть на него похожими? Что заставляет вас этого желать?

На следующем уроке я расскажу, как создать героя, на которого хочется быть похожим.

Дополнительно: смотрите видеоприложение №2

Урок 3. Как создать героя, на которого хочется быть похожим

Как вы помните, на первом уроке я раскрыл вам главную тайну кино: зрителю каждую секунду должно быть интересно, что будет дальше.

На втором уроке я объявил, что главное в интересном кино — это герой, на которого зрителю хочется быть похожим. Уверен, вы тут же вспомнили множество отрицательных персонажей и хотите спросить: неужели мы хотим быть похожими на всех этих уродов?

Да, так оно и есть.

В тот момент, когда вы смотрите кино, вы идентифицируете себя с этими персонажами. Вы идентифицируете себя с этими персонажами, потому что хотите быть на них похожими. Хотите быть умным, как Ганнибал Лектор («Молчание ягнят»), целеустремленным, как Дэниел Плейнвью («Нефть»), вездесущим и всемогущим, как Фредди Крюгер («Кошмар на улице Вязов»), и так далее.

Те, кто мне не верит, пусть на этом и остановится.

А кто верит — за мной, я расскажу вам, как создать героя, на которого хочется быть похожим.

Какой самый верный способ привлечь внимание человека, с которым вы только что познакомились? Нужно чем-то заинтересовать его.

Чем вы занимаетесь? Я два раза в месяц делаю пятьдесят человек счастливыми и одного несчастным.

А вы? Я работаю бухгалтером в рекламной компании.

Согласитесь, первый человек интереснее, чем второй. А ведь это один и тот же человек. Но когда у этого человека есть тайна, скучный и ничем не примечательный бухгалтер становится очень интересным человеком.

Первое, что должно быть у героя, — это тайна.

Разумеется, есть десятки весьма и весьма убедительных киногероев, у которых нет никакой тайны. Но, знаете, если бы тайна у этих героев была, они стали бы более интересными.

Второе, что непременно должно быть у каждого героя, — это недостаток.

У каждого Ахилла есть своя ахиллесова пята. Неуязвимый герой без недостатков никогда не вызовет сочувствия зрителей, потому что зрители будут уверены в том, что герою никогда ничего не угрожает. Именно поэтому самый популярный из всех супергероев — Бэтмэн. Его недостаток в том, что он всего лишь человек, и это самый прекрасный недостаток из тех, что могут быть у супергероев.

У каждого свои недостатки, как было сказано в прекрасном фильме «В джазе только девушки»: Чапаев беспечен и малограмотен, Гарри Поттер носит очки, Доктор Хаус фанатеет от отстойного телемыла, Джеймс Бонд не может пропустить ни одной юбки, Херлок Холмс — наркоман и не знает, что Земля круглая, и так далее.

Третий ингредиент нашего колдовского зелья — это сокровище. Это то, что поднимает нашего героя над остальными персонажами. Умение Форреста Гампа быстро бегать, умение быстро считать — у Человека дождя, умение выпускать из ладоней липкую паутину — у Человека-паука, умение подумать об этом завтра — у Скарлетт, умение выстрелить первым — у Человека без имени, дедуктивный метод Холмса, избранность Нео и т. д. Сокровище должно быть таким, чтобы зрителю захотелось его иметь. Вряд ли мы захотим быть похожими на супергероя, который умеет выпускать изо рта зеленый дым... хотя, если он при этом делает дымные кольца...

Еще со времен первого сериала — «Вампиры» (1915), о банде обаятельных негодяев, — было замечено, что некоторые кинозлодеи вызывают у зрителей большие симпатии, чем положительные герои. В начале фильма «Лицо со шрамом» (1932) создатели даже были вынуждены поставить гневный титр, в котором решительно осуждали негодяев, подобных герою фильма, и требовали, чтобы общество и государство безжалостно с ними расправлялись. Просто уж слишком обаятельным получился герой у Джеймса Кэгни. Но все зрители... хотели быть на него похожими. Ведь он обладал сокровищем, которого у них не было, — свободой брать то, что ему было нужно. Зрителям так этого хотелось! А признаться в этом было стыдно...

И наконец, последнее, чем должен обладать герой, — цель.

Чего хочет Человек-паук? Бороться со злом? Черта с два, он с хорошей девушкой хочет дружить. Для этого он должен профессионально состояться. Для этого он должен раздобыть фото человека-паука, ну а тут уже и до борьбы со злом рукой подать. Чего хочет Чапаев? Белых победить? Нет. Он хочет доказать Фурманову, что человек из народа может быть командиром. Чего хочет Одиссей? Приключений? Нет. Он хочет вернуться домой.

Итак, у героя, на которого хочется быть похожим, должны быть тайна, недостаток, сокровище и цель.

Если это кому-нибудь поможет, я придумал очень простое мнемоническое упражнение: героя нужно посадить на СТАНЦИЮ:

Сокровище→Тайна→а→Недостаток→Цель→и→я = СТАНЦИЯ

Может быть герой без тайны? Может. Но это будет не такой интересный герой.

Возможен герой без недостатка? Возможен. Но за него никто не будет переживать, ведь он неуязвим.

Может герой не иметь сокровища? Может. Но никто не захочет быть на него похожим.

Может быть герой без цели? Не может. Потому что тогда это будет не герой. При этом цель у него может быть вовсе не геройская. Главное, чтобы она была понятна зрителю.

Из всего, что я перечислил, главное, что должно быть у героя, — это цель. Если у героя нет цели — нет и героя. А значит, нет и кино.

И это все, что я хотел сейчас рассказать.

Задание на этот раз такое: давайте потренируемся в определении целей героев. Чтобы выполнять задание было интересно, возьмите трех героев из фильмов разных жанров, например: комедии, вестерна и детектива или мелодрамы, военного кино и полицейского сериала. И попробуйте определить, какова цель у героев выбранных вами фильмов.

На следующем уроке я расскажу, почему так важна цель для героя и какие бывают цели. Дополнительно: смотрите видеоприложение №3

Урок 4. Цель героя

На прошлом уроке я рассказал, что у героя, на которого хочется быть похожим, есть тайна, недостаток, сокровище и цель. Из этого набора самым главным ингредиентом, который и делает героя героем, является его цель.

Еще до того, как вы начинаете придумывать историю, вы должны четко понимать, какова цель героя. Кино — это движение. Герой — тот, кто движется. Цель — это то, что заставляет героя двигаться. Нет цели — нет движения.

Цель должна быть достаточно убедительной. Вряд ли зрители поверят, что герой отправится в кругосветное путешествие для того, чтобы выпить чашку кофе — такая цель может быть достигнута более простым способом. Хотя... помните замечательный рассказ О. Генри «Персики» ?

Иногда, казалось бы, ничтожная и легко достижимая цель начинает «дразнить» героя, оказывается недоступной, отодвигается. Возникают все новые и новые препятствия. Например, в фильме «С меня хватит!» герой Майкла Дугласа всего лишь хотел приехать на день рождения к дочке, а в итоге наворотил дел и был застрелен полицейским, принявшим водяной пистолет за настоящий.

Лучше всего, если зрители сразу же, в первые минуты, понимают, чего хочет герой. Впоследствии, правда, может выясниться, что герой скрывал свою настоящую цель. Самый простой перевертыш: герой не тот, за кого он себя выдает.

Возьмем для примера фильм «Порок на экспорт» (США, режиссер Дэвид Кроненберг). Сначала мы думаем, что Николай хочет хорошо выполнить свою работу и занять почетное место в кругу воров в законе. Потом мы узнаем, что он агент ФСБ под прикрытием и его цель — проникнуть в преступную группировку.

С другой стороны, Николай все-таки не главный герой. Главная героиня — акушерка Анна, ее цель как раз понятна сразу и проста как мычание: спасти ребенка, которого родила русская проститутка.

Приведу пример, как пренебрежение целью может загубить хорошо задуманное кино.

В фильме «Охота за «Красным октябрём» (США, реж. Джон МакТирнэн), снятом по роману Тома Клэнси, герой Шона Коннори угоняет советскую атомную подлодку. На протяжении всего фильма мы не понимаем, зачем он это делает. В финале он стоит с американским контрразведчиком на капитанском мостике, и тот спрашивает у него: так зачем вы это сделали? И Коннори отвечает: потому что хотел порыбачить где-нибудь на тихом берегу. Вы в это верите? Советский капитан мог достичь такой цели все-таки гораздо более простым способом.

Именно цель героя зачастую определяет жанр фильма.

Все цели всех героев всех фильмов можно разделить на четыре группы:

1) спасение жизни — своей, любимого человека, членов семьи, членов рода, своей страны, человечества. Одиссей отправился воевать с Троей не потому, что хотел славы, а потому, что хотел спасти сына, которого положили под его плуг, когда он симулировал безумие. Герои всех боевиков-стрелялок спасают кому-нибудь жизнь;

2) деньги, материальные ценности. Сюда же входят слава, успех, признание, стремление хорошо выполнять свою работу и заслужить похвалу от начальства. Герои многих комедий ставят своей целью разбогатеть («Двенадцать стульев») или прославиться («Король комедии» — американский фильм с Робертом Де Ниро в главной роли);

3) любовь. Эта сила движет не только солнце и светила, но и сюжетные линии тысяч и тысяч мелодрам;

4) месть. В жизни люди мстят довольно редко. В кино месть — весьма достойная героя цель. Множество детективных интриг держатся на внезапно возникшем из прошлого мстителе.

Цель, ради которой герой пришел в фильм и достигнув которой он уйдет, всегда одна. Но на пути к ее достижению ему приходится преодолевать препятствия. Преодоление препятствий — это задача героя.

К примеру, цель Фокса Малдера (телесериал «Секретные материалы») — найти сестру, которую украли инопланетяне. Но для того, чтобы ее найти, нужно доказать всем, что инопланетяне существуют, а правительство, бяка такая, скрывает правду. Цель — найти сестру. Эта цель одна на протяжении всего сериала. А задачи в каждой серии и даже в каждой сцене могут быть разные, например, найти инопланетян, разоблачить козни правительства.

Цель Фанфана-Тюльпана (героя одноименного французского фильма режиссера Кристиана Жака) — жениться на принцессе, как ему нагадала цыганка. Для этого он выполняет задачи: идет в армию, ставит перед собой цель стать героем, становится им и, разумеется, женится в итоге на принцессе.

Итак, в каждой сцене, в которой появляется герой, у него должна быть цель (одна) и задача (каждый раз новая).

Очень часто, когда при работе над сценой не ладится диалог или трудно придумать действие, достаточно спросить себя: какова цель героя в фильме? Какова его задача в этой сцене?

Вот юноша и девушка сидят за столиком в кафе и разговаривают о кино. «Он ей говорит: вот, посмотрел вчера фильм „Стиляги”. Она: да, а я не видела, давай сходим. Он: это мюзикл, там поют. Она: я люблю, когда поют». Уф, еле вымучил четыре реплики. Довольно-таки дебильный диалог, и к тому же скучный.

А теперь давайте придумаем им цель. И ему, и ей.

Например. Она хочет, чтобы он пригласил ее в кино, чтобы ее парень ревновал. А он хочет, чтобы его девушка не узнала, что он сидит тут в кафе с другой.

ОН

Вот, посмотрел вчера фильм «Стиляги».

ОНА (оживленно)

Да? А я не видела, давай сходим!

ОН (опустив глаза)

Это мюзикл. Там поют...

ОНА

Я люблю, когда поют.

ОН

Ну, как поют... немного совсем. В начале и в конце пару раз. А так там в основном про любовь. Ничего интересного.

ОНА

Я люблю, когда про любовь. Давай-давай. Давай сходим!

И т. д.

Не Шекспир, конечно, но уже понятно, что с этой сценой можно что-то сделать. Он уже жалеет, что ляпнул про это кино, пытается отговорить ее, а она упрашивает его посмотреть фильм еще раз вместе с ней. Сразу можно придумать, как она настаивает пойти в большой киноцентр, где их могут увидеть знакомые, а он объясняет ей прелести маленьких кинотеатров на окраине.

А потом вообще может выясниться, что она на самом деле видела этот фильм пять раз, а он не видел ни разу. Просто слышал рекламу по радио и сказал про это кино для поддержания разговора. Ну и так далее... Если у вас есть герои и вы знаете, какова их цель, — вы напишете сценарий.

И наоборот, если нет героя или вы не знаете, какова у него цель, — сценария не будет.

На следующем уроке я расскажу вам, почему характер героя никогда не меняется на протяжении всего фильма.

Надеюсь, задание, которое я хочу предложить вам, придется вам по вкусу. Будем изучать правило через поиск исключений.

Попробуйте назвать героя, характер которого меняется на протяжении фильма. Только давайте без игры в поддавки, вроде того что «Питер Паркер был слюнтяем, которого все обижали, а потом его укусила паука и он стал супергероем». Голливудские пауки кого попало не кусают!

Попробуйте мысленно проверить героя на совершение (или отсутствие) какого-либо характерного поступка. Например, Питер Паркер ни в человеческом, ни в паучьем обличье никогда не пнет на улице собачку.

Дополнительно: смотрите видеоприложение №4

Урок 5. Характер героя

На прошлом уроке мы закончили разговор о целях героя. Надеюсь, больше ни у кого не осталось сомнений в том, насколько важна для героя его цель (некоторые за свою цель прямо-таки убить готовы!).

Теперь давайте поговорим о характере. Как я уже говорил, кино — это движение. Герой — тот, кто движется, цель — то, что заставляет его двигаться. Характер — это то, что задает скорость и траекторию движения.

На прошлом уроке я попросил вас попытаться найти героя, характер которого изменился за время фильма.

Давайте возьмем для примера Раскольников. Действительно, в начале книги (фильма, сериала, истории) он бедный студент, который ужасно страдает от мысли: тварь ли он дрожащая или право имеет? В финале он каторжник, который убедился в том, что, да, он тварь дрожащая, и кается в своих заблуждениях в объятиях Сони Мармеладовой. Прямо скажем, разница есть. Но изменился ли его характер?

Вообще, что такое характер?

Вот определение из толкового словаря: «Характер (греч. *charakter* — отличительная черта) — структура стойких, сравнительно постоянных психических свойств, определяющих особенности отношений и поведения личности».

Прошу вас обратить внимание на слова: «стойких, сравнительно постоянных». Какие же это свойства? Давайте попробуем их определить, не зарываясь слишком глубоко в психологию:

- 1) уровень энергии (сильный — слабый);
- 2) темперамент (скорость реакций, возбудимость);
- 3) интровертность — экстравертность (закрытость — открытость поведения в обществе);
- 4) привычки (стереотипы поведения).

Эти свойства уже есть у героя, как только он появляется на свет (я имею в виду свет кинопроектора), и все они остаются при нем, когда он уходит в ЗТМ.

Раскольников был слабым. Стал сильнее? Нет. Был меланхоликом. Стал сангвиником? Нет. Был интровертом. Стал экстравертом? Нет. Приобрел или потерял какие-либо привычки? Нет. Какой пришел, такой и ушел.

Характер — это главное, что отличает одного героя от другого. Зритель узнает и запоминает героя по его характеру, а не по внешности.

Если вы знаете характер своего героя, вам будет просто построить сюжет: нужно лишь воздвигать препятствия между героем и его целью и смотреть, как он в соответствии с особенностями своего характера будет их преодолевать.

Характеры основных героев не должны быть похожи. Иначе герои будут сливаться друг с другом, и кроме того, у них может не оказаться повода для конфликта. Например, пара Дон Кихот — Санчо Панса своим контрастом дает множество поводов для интересных драматических ситуаций. А если бы в распоряжении Сервантеса оказались два Санчо Пансы? Они не сдвинулись бы с места. А если бы встретились два Дон Кихота? Исход такой встречи предсказуем: они будут мутузить друг друга до тех пор, пока один из них не докажет другому, что его Дульсинея прекраснее.

Герои должны оттенять друг друга. Классическим раскладом считается набор главных героев в «Трех мушкетерах»: Д'Артаньян (холерик), Атос (флегматик), Арамис (меланхолик) и Портос (сангвиник).

Если герой совершит поступок, не присущий его характеру, зритель почувствует, что его обманывают — или герой, или автор. Если обманывает герой, святая обязанность автора его разоблачить. Иначе зритель уже не поверит автору. И разоблачать нужно быстро, явно, грубо и зримо (но только не тупо!).

Вообще, кино — искусство грубое. Гораздо более грубое, чем проза, которая позволяет десятки страниц посвятить, например, размышлениям героя. В изображении героев грубость кино проявляется как ни в каком другом виде искусства.

Почему фанаты зачастую протестуют против экранизаций, даже удачных? Потому что кино вынужденно упрощает и огрубляет героев, порой делая их носителем только одной, наиболее яркой черты, а некоторых героев вообще выбрасывает, как Тома Бомбадила из «Властелина кольца».

Иногда это упрощение убивает кино, как в случае с «Джонни-мнемоником», когда отличный роман превратился в среднестатистический боевик.

Чаше, наоборот, упрощение позволяет создать кино такое, например, как «Мать» Всеволода Пудовкина.

Интересна история создания сериала «Доктор Хаус». Доктор Лиза Сандерс много лет вела в газете «Нью-Йорк Тайм» колонку, в которой рассказывала о постановке диагноза пациентам, как о расследовании преступления. Колонки были изданы отдельной книгой, телевизионщики выкупили права на создание сериала по мотивам этой книги. И два года не знали, что с этими правами делать. Пока, наконец, не придумали героя, которого все мы знаем.

Вы стали бы смотреть сериал про постановку диагноза пациентам, если бы в нем не было этого героя с его несносным, но ярким характером? Внимание: это риторический вопрос, а не домашнее задание!

Считается, что есть два подхода к изображению характера героя: мольеровский и шекспировский.

Любой герой Мольера имеет одну доминирующую черту: Гарпагон скуп, Скапен — плут, Тартюф — лицемер и так далее. Это подход годится для жанрового кино. Например, если вы пишете боевик, ваш герой не должен, поймав в перекрестье прицела врага, вдруг начать сомневаться, как Гамлет.

Герои Шекспира многомерны: Гамлет честолюбив, и скромн, и решителен, и склонен к сомнению. Шейлок скуп, и умен, и чадолубив. Фальстаф сластолюбив, и ленив, и храбр, и труслив.

Не потому ли большая часть пьес Мольера сошла со сцены, а Шекспира продолжают ставить? Читатель и зритель Шекспира не только следит за развитием истории, но он еще и отправляется в увлекательнейшее путешествие вглубь характера героя, постепенно узнавая новые и новые его черты.

Чтобы это путешествие было действительно увлекательным, каким же должен быть характер героя?

Ярким. Глупо ждать великих подвигов и неожиданных поступков от пустого места. Определенным. Мы должны понимать, чего хочет герой и почему он этого хочет.

Правдоподобным. Только не нужно копировать черты знакомых вам людей. Жизнь не сценарист, ей не нужно заботиться о правдоподобии. А сценаристу — нужно.

Цельным. Герой поступает только так, как он может поступить. Например, одно время в американском кино герои боевиков никого не убивали. Даже во время последнего поединка с самым злым злодеем злодей имел обыкновение оступиться и упасть на собственный нож.

Сложным. Внутреннее противоречие дает герою объем (вспомните Гамлета, самого, наверное, противоречивого и самого популярного героя в мире). Для того чтобы стать героем, он должен преодолеть это противоречие. Только не стоит этим злоупотреблять. Если функция персонажа — подать герою патроны, он должен молча (или со словами «вот патроны») подать герою патроны и тут же пасть с простреленной головой.

Сложность характера прямо пропорциональна важности роли, которую играет герой в истории.

Даже боевик невозможно построить на том, что одноклеточный герой сильнее всех и стреляет без промаха. Нужно ему обязательно придумать какой-нибудь фикус на подоконнике, любовь к фильмам Джона Уэйна и дружбу с маленькой девочкой.

И наоборот, нельзя слишком углубляться в характеры и истории персонажей, которые играют небольшую роль. Этот эффект очень хорошо высмеяли в одной из серий «Остина Пауэрса», когда подробно показали, как жена и сын одного из приспешников доктора Зло узнают о смерти этого самого приспешника от руки главного героя.

В некоторых учебниках по сценаристике пишут, что для того, чтобы герой был трехмерным, сценарист должен подробно описать его внешность, характер и социальный статус.

Чушь.

На самом деле трехмерным героя делает не внешность и не социальный статус. Какая сценаристу разница, блондинка его героиня или брюнетка, если он не сценарист «Блондинки в законе»? Во многих фильмах нам совершенно неважно, каким ремеслом герой зарабатывает на жизнь. Но характер героя — это камень, заложенный в фундамент любого хорошего сценария.

Задача сценариста сделать этот камень драгоценным.

Однако то, что характер героя остается неизменным, вовсе не означает, что сам герой при этом не меняется. Но что именно меняется?

Плюшкин был помещиком — стал нищим безумцем, Киса был служащим ЗАГСа — стал убийцей, Д'Артаньян был нищим гасконцем — стал полевым маршалом.

Все эти герои переменили судьбу.

И вот как раз об этом, о судьбе героя, мы поговорим на следующем уроке. Я расскажу вам, как придумать сцены и как написать реплики, которые никакой режиссер или продюсер ни при каких обстоятельствах не выкинет из сценария.

Задание к следующему уроку: выпишите имена главных героев любого фильма.

Попробуйте описать их характеры. Не внешность. Не биографии. Не поступки. Только характеры.

Попробуйте представить выбранных вами героев в конфликте друг с другом. Например, этот вспыльчив и неряшлив, а этот аккуратист. Вот и повод для конфликта. Выпишите все эти поводы и проверьте, были ли они использованы в фильме.

Почти наверняка вас ожидает сюрприз.

Дополнительно: смотрите видеоприложение №5

Урок 6. Судьба героя

На прошлом уроке мы разобрались с характером героя и можем поговорить о сюжете. О том, сколько в мире существует сюжетов, единого мнения нет. Кто-то считает, что их бесчисленное множество. Жорж Польти насчитал 36. Вот они:

1. Мольба. Элементы ситуации:

— преследователь;
— преследуемый и умоляющий о защите, помощи, убежище, прощении и т. д.;
— сила, от которой зависит оказание защиты, и т. п.; при этом сила, не сразу решающаяся на защиту, колеблющаяся, неуверенная в себе; чем больше она колеблется и не решается оказать помощь, тем больше и приходится ее умолять (повышая тем самым эмоциональное воздействие ситуации).

Примеры: 1) спасающийся бегством умоляет кого-нибудь, могущего его спасти от врагов; 2) умоляет об убежище, чтобы там умереть; 3) потерпевший кораблекрушение просит приюта; 4) просит власть имущего за дорогих, близких людей; 5) просит одного родственника за другого родственника и т. п.

2. Спасение. Элементы ситуации:

— несчастный;
— угрожающий, преследующий;
— спаситель. Ситуация отличается от предыдущей тем, что там преследуемый прибегал к силе колеблющейся, которую нужно было умолять, а здесь спаситель появляется неожиданно и спасает несчастного не колеблясь.

Примеры: 1) развязка известной сказки о Синей Бороде; 2) спасение персонажа, приговоренного к смертной казни или вообще находящегося в смертельной опасности и т.д.

3. Мечь, преследующая преступление. Элементы ситуации: — мститель;

— виновный;
— преступление.

Примеры: 1) кровная мечь; 2) мечь сопернику, или сопернице, или любовнику, или любовнице на почве ревности.

4. Мечь близкого человека за другого близкого человека или близких людей. Элементы ситуации:

— живая память о нанесенном другому близкому человеку обиде, вреде, о жертвах, понесенных им, ради близких;
— мстящий родственник;
— виновный в этих обидах, вреде и т. д.
— родственник.

Примеры: 1) мечь отцу за мать или матери за отца; 2) мечь братьям за своего сына; 3) отцу — за мужа; 4) мужу — за сына и т. д. Классический пример: мечь Гамлета отчиму и матери за убитого отца.

5. Преследуемый. Элементы ситуации:

— содеянное преступление или роковая ошибка и ожидаемая кара, расплата;
— герой, укрывающийся от кары, расплаты за преступление или ошибку.

Примеры: 1) герой, преследуемый властями за политику (например, «Разбойники» Шиллера или история революционной борьбы в подполье); 2) герой, преследуемый за разбой (детективные истории); 3) преследуемый за ошибку в любви («Дон Жуан» Мольера, алиментные истории.); 4) герой, преследуемый превосходящей его силой («Прикованный Прометей» Эсхила).

6. Внезапное бедствие. Элементы ситуации:

— враг-победитель, появляющийся лично; или вестник, приносящий ужасную весть о поражении, крахе и т.п.;

— поверженный победителем или сраженный известием властитель, могущественный банкир, промышленный король и т. п.

Примеры: 1) падение Наполеона; 2) «Деньги» Э. Золя, 3) «Конец Тартарена» А. Додэ и т. д.
7. Жертва (жертва другого человека или других людей, жертва обстоятельств, какого-либо несчастья). Элементы ситуации:

— тот, кто может повлиять на судьбу другого человека, угнетая его, или какое-либо несчастье;

— слабый человек, являющийся жертвой другого человека или несчастья.

Примеры: 1) герой, разоренный или эксплуатируемый персонажем, который должен был заботиться и защищать; 2) герой, ранее любимый или близкий, убеждающийся, что его забыли; 3) несчастные, потерявшие всякую надежду, и т. д.

8. Возмущение, бунт, мятеж. Элементы ситуации:

— тиран;

— заговорщик.

Примеры: 1) заговор одного героя («Заговор Фиеско» Шиллера); 2) заговор нескольких персонажей; 3) возмущение одного героя («Эгмонд» Гёте); 4) возмущение многих («Вильгельм Телль» Шиллера, «Жерминаль» Э. Золя).

9. Дерзкая попытка. Элементы ситуации:

— герой дерзающий;

— объект, то есть то, на что дерзающий решается;

— противник, лицо противодействующее.

Примеры: 1) похищение объекта («Прометей — похититель огня» Эсхила); 2) предприятия, связанные с опасностями и приключениями (романы Жюль Верна и вообще приключенческие сюжеты); 3) опасное предприятие в связи с желанием добиться любимой женщины и т. п.

10. Похищение. Элементы ситуации:

— похититель;

— похищаемый;

— охраняющий похищаемого и являющийся препятствием для похищения или противодействующий похищению.

Примеры: 1) похищение женщины без ее согласия; 2) похищение женщины с ее согласия; 3) похищение друга, товарища из плена, тюрьмы и т. д.; 4) похищение ребенка.

11. Загадка (с одной стороны, загадывание загадки, с другой — выпрашивание, стремление разгадать загадку). Элементы ситуации:

— герой, задающий загадку, скрывающий что-нибудь;

— герой, стремящийся разгадать загадку, узнать что-нибудь;

— предмет загадки или незнания (загадочное).

Примеры: 1) под страхом смерти найти человека или предмет; 2) разыскать заблудившихся, потерявшихся; 3) под страхом смерти разрешить загадку (Эдип и Сфинкс); 4) заставить всяческими хитростями человека открыть то, что он хочет скрыть (имя, пол, душевное состояние и т. д.).

12. Достижение некоей цели. Элементы ситуации:

— герой, стремящийся чего-нибудь достигнуть, помогающийся чего-нибудь;

— герой, от согласия или помощи которого зависит достижение чего-нибудь, отказывающийся или помогающий, посредничающий;

— герой в качестве третьей стороны, противодействующий достижению цели.

Примеры: 1) стараться получить у владельца вещь или какое-нибудь иное жизненное благо, согласие на брак, должность, деньги хитростью или силой; 2) стараться получить что-либо или добиться чего-либо с помощью красноречия (прямо обращенного к владельцу вещи или к судье, арбитрам, от которых зависит присуждение вещи).

13. Ненависть к близким. Элементы ситуации:

— ненавидящий;

- ненавидимый;
- причина ненависти.

Примеры: 1) ненависть из зависти близких друг к другу (например, братьев); 2) ненависть близких друг к другу из соображений материальной выгоды (например, сын, ненавидящий отца); 3) ненависть свекрови к будущей невестке; 4) тещи к зятю; 5) мачехи к падчерице и т. д.

14. Соперничество близких людей. Элементы ситуации:

- один из близких — предпочитаемый;
- другой персонаж — пренебрегаемый или брошенный;
- предмет соперничества (при этом, по-видимому, возможна перипетия: предпочитаемый затем оказывается пренебрегаемым, и наоборот).

Примеры: 1) соперничество братьев («Пьер и Жан» Мопассана); 2) соперничество сестер, 3) соперничество отца и сына из-за женщины; 4) матери и дочери; 5) соперничество друзей («Два веронца» Шекспира).

15. Адюльтер (прелюбодеяние, супружеская измена), приводящий к убийству. Элементы ситуации:

- один из супругов нарушает супружескую верность;
- другой супруг обманут;
- есть некто третий — любовник или любовница.

Примеры: 1) убить или позволить любовнику убить своего мужа («Леди Макбет Мценского уезда» Лескова, «Тереза Ракен» Э. Золя, «Власть тьмы» Толстого); 2) убить любовника, доверившего свою тайну (Самсон и Далила) и др.

16. Безумие. Элементы ситуации:

- впавший в безумие (безумный);
- жертва впавшего в безумие человека;
- реальный или мнимый повод для безумия.

Примеры: 1) в припадке безумия убить любовника («Проститутка Элиза» Гонкура), ребенка (Медея); 2) в припадке безумия сжечь, разрушить свою или чужую работу, произведение искусства; 4) будучи пьяным, выдать тайну или совершить преступление.

17. Роковая неосторожность. Элементы ситуации:

- неосторожный;
- жертва неосторожности или потерянный предмет, к этому иногда присоединяется: добрый советчик, предостерегающий от неосторожности, или подстрекатель, или и тот и другой.

Примеры: 1) из-за неосторожности быть причиной собственного несчастья, обесчестить себя («Деньги» Э. Золя); 2) из-за неосторожности или легковерия вызвать несчастье или смерть близкого или другого человека (библейская Ева).

18. Невольное (по неведению) преступление любви (в частности, кровосмешение).

Элементы ситуации:

- любовник (муж);
- любовница (жена);
- узнавание (в случае кровосмешения), что они находятся в близкой степени родства, не допускающей любовных отношений согласно закону и действующей морали.

Примеры: 1) узнать, что женился на своей матери (Эдип); 2) узнать, что любовница — собственная сестра («Мессинская невеста» Шиллера); 3) банальный случай: узнать, что любовница замужем.

19. Невольное (по незнанию) убийство близкого человека. Элементы ситуации:

- убийца;
- неузнанная жертва;
- разоблачение, узнавание.

Примеры: 1) невольно способствовать убийству дочери, из ненависти к ее любовнику («Король веселится» — пьеса В. Гюго, ставшая либретто оперы «Риголетто»), 2) не зная своего отца, убить его («Нахлебник» Тургенева — здесь вместо убийства оскорбление) и т. д.

20. Самопожертвование во имя идеала. Элементы ситуации:

- герой, жертвующий собой;
- идеал (слово, долг, вера, убеждение и т.д.);
- приносимая жертва.

Примеры: 1) пожертвовать своим благополучием ради долга («Воскресение» Толстого); 2) пожертвовать своей жизнью во имя веры, убеждения и т. п.

21. Самопожертвование ради близких. Элементы ситуации:

- герой, жертвующий собой;
- близкий человек, ради которого герой жертвует собой;
- то, что герой приносит в жертву.

Примеры: 1) жертвовать своим честолюбием и успехом в жизни ради близкого человека («Братья Земгано» Гонкура); 2) жертвовать своей любовью ради ребенка, ради жизни родного человека; 3) жертвовать своим целомудрием ради жизни близкого или любимого («Госка» Сорду); 4) жертвовать жизнью ради жизни родного или любимого и т.д.

22. Пожертвовать всем — ради страсти. Элементы ситуации:

- влюбленный;
- предмет роковой страсти;
- то, что приносится в жертву.

Примеры: 1) страсть, разрушающая обет религиозного целомудрия («Ошибка аббата Муре» Э. Золя); 2) страсть, разрушающая могущество, власть («Антоний и Клеопатра» Шекспира); 3) страсть, утоленная ценой жизни («Египетские ночи» Пушкина).

И не только страсть между мужчиной и женщиной, но и страсть к бегам, карточной игре, вину и т. д.

23. Пожертвовать близким человеком в силу необходимости, неизбежности. Элементы ситуации:

- герой, жертвующий близким человеком;
- близкий человек, который приносится в жертву.

Примеры: 1) необходимость пожертвовать дочерью ради общественного интереса («Ифигения» Эсхила и Софокла, «Ифигения в Тавриде» Эврипида и Расина); 2) необходимость пожертвовать близкими или своими приверженцами ради своей веры, убеждения («93-й год» Гюго) и т.д.

24. Соперничество неравных (а также почти равных или же равных). Элементы ситуации:

- один соперник (в случае неравного соперничества — низший, более слабый);
- другой соперник (высший, более сильный);
- предмет соперничества.

Примеры: 1) соперничество победительницы и ее пленницы («Мария Стюарт» Шиллера); 2) соперничество богатого и бедного; 3) соперничество человека, которого любят, и человека, не имеющего права любить («Эсмеральда» В. Гюго) и т. д.

25. Адюльтер. Элементы ситуации:

те же, что в адюльтере, приводящем к убийству. Считая, что адюльтер сам по себе неспособен создать ситуацию, Польша рассматривает его как частный случай кражи, усугубленной предательством, при этом указывает на три возможных случая:

- любовник(ца) более приятен, нежели тверд, чем обманутый(ая) супруг(а);
- любовник(ца) менее симпатичен, чем обманутый(ая) супруг(а);
- обманутый(ая) супруг(а) мстит.

Примеры: «Мадам Бовари» Флобера, «Крейцера соната» Л. Толстого.

26. Преступление любви. Элементы ситуации:

- влюбленный(ая);

— любимый(ая).

Примеры: 1) женщина, влюбленная в мужа дочери («Федра» Софокла и Расина, «Ипполит» Эврипида и Сенеки); 2) кровосмесительная страсть доктора Паскаля («Доктор Паскаль» Э. Золя) и т. д.

27. Узнавание о бесчестии любимого или близкого (иногда связанная с тем, что узнавший вынужден произнести приговор, наказать любимого или близкого). Элементы ситуации:

— узнающий;

— виновный любимый или близкий;

— вина.

Примеры: 1) узнать о бесчестии своей матери, дочери, жены; 2) открыть, что брат или сын убийца, изменник родины ибыть вынужденным его наказать; 3) быть вынужденным, в силу клятвы об убийстве тирана, убить своего отца и т. д.

28. Препятствие любви. Элементы ситуации:

— любовник;

— любовница;

— препятствие.

Примеры: 1) брак, расстраивающийся из-за социального или имущественного неравенства; 2) брак, расстраивающийся врагами или случайными обстоятельствами; 3) брак, расстраивающийся из-за вражды между родителями с обеих сторон; 4) брак, расстраивающийся из-за несходства характеров влюбленных, и т. д.

29. Любовь к врагу. Элементы ситуации:

— враг, возбудивший любовь;

— полюбивший врага;

— причина, почему любимый является врагом.

Примеры: 1) любимый — противник партии, к которой принадлежит любящий; 2) любимый — убийца отца, мужа или родственника той, которая его любит («Ромео и Джульетта») и т. д.

30. Честолюбие и властолюбие. Элементы ситуации:

— честолюбец;

— то, чего он желает;

— противник или соперник, то есть лицо противодействующее.

Примеры: 1) честолюбие, жадность, приводящая к преступлениям («Макбет», «Ричард III» Шекспира, «Карьера Ругонов», «Земля» Э. Золя); 2) честолюбие, приводящее к бунту; 3) честолюбие, которому противодействуют сторонники, друг, родственник и т. д.

31. Богоборчество (борьба против бога). Элементы ситуации:

— человек;

— бог;

— повод или предмет борьбы.

Примеры: 1) борьба с богом, пререкание с ним; 2) борьба с приверженцами бога (Юлиан Отступник) и т. д.

32. Неосознаваемая ревность, зависть. Элементы ситуации:

— ревнивец, завистник;

— предмет его ревности и зависти;

— предполагаемый соперник, претендент;

— повод к заблуждению или виновник его (предатель).

Примеры: 1) ревность вызвана предателем, которого побуждает ненависть («Отелло»); 2) предатель действует из выгоды или ревности («Коварство и любовь» Шиллера) и т. д.

33. Судебная ошибка. Элементы ситуации:

— тот, кто ошибается;

— жертва ошибки;

— предмет ошибки;

— истинный преступник.

Примеры: 1) судебная ошибка спровоцирована врагом («Чрево Парижа» Э. Золя), 2) судебная ошибка спровоцирована близким человеком, братом жертвы («Разбойники» Шиллера) и т. д.

34. Угрызения совести. Элементы ситуации:

- виновный;
- жертва виновного (или его ошибка);
- разыскивающий виновного, старающийся его разоблачить.

Примеры: 1) угрызения совести убийцы («Преступление и наказание»); 2) угрызения совести из-за ошибки любви («Мадлен» Э. Золя) и т. д.

35. Потерянный и найденный. Элементы ситуации:

- потерянный;
- находимый(ое);
- нашедший.

Примеры: «Дети капитана Гранта» и т. д.

36. Потеря близких. Элементы ситуации:

- погибший близкий человек;
- потерявший близкого человека;
- виновник гибели близкого человека.

Примеры: 1) бессильный что-нибудь предпринять (спасти своих близких) — свидетель их гибели; 2) будучи связанным профессиональной тайной (врачебной или тайной исповеди и т. д.), он видит несчастье близких; 3) предчувствовать смерть близкого; 4) узнать о смерти союзника, 5) в отчаянии от смерти любимого(ой) потерять интерес к жизни, опуститься и т. д.

Но на самом деле сюжет в кино всегда один и тот же. Герой живет в своем привычном мире, однако чувствует какую-то пустоту, которую не может заполнить ничем и которая мешает ему жить так, как живут окружающие. Герой хочет заполнить эту пустоту. И он отправляется на поиски того, чем ее можно заполнить. Сначала он ищет в своем привычном мире, но ничего не находит. И тогда ему приходится выйти за границы привычного мира и отправиться в другой мир. Герой преодолевает препятствия на пути к цели и достигает ее. После чего он возвращается домой. Но, заполнив пустоту, он уже никогда не будет прежним. Он навсегда меняет свою судьбу и становится хозяином двух миров. А если он умирает, образ его покрывается славой.

Вроде бы все просто. Можно еще проще.

Можно одним предложением: интересное кино — это всегда история о герое, который переменял свою судьбу.

Раскольникову было суждено быть бедным учителем — а он пытался стать Наполеоном, убил старушку и стал раскаявшимся каторжником. Чапаеву было суждено быть деревенским шутом в деревне Будаика — стал легендарным комдивом. Нео было суждено быть офисной крысой — он стал богом.

Все интересные фильмы именно об этом. Только, пожалуйста, не нужно говорить, что «я смотрел фильм Уорхола, где девять часов показывают Эмпайр Стейт Билдинг, и мне все время было интересно».

В каждой написанной вами сцене герой должен на один шаг приблизиться к своей цели. Герой может идти не по прямой. Столкнувшись с препятствием, он может отступить, искать обход — но он все время должен идти к цели.

Если вы написали сцену, в которой герой не сделал этот шаг, значит, вы сделали не просто ненужную работу — вы нанесли сценарию страшный вред. Если режиссер (или продюсер) опытный — он безошибочно выловит эту ненужную сцену и выкинет ее от греха подальше. Если же он проглядит эту сцену, или вы обладаете нечеловеческим даром гипноза и убеждения режиссеров, или ваш папа дал денег на съемки фильма и режиссеру строго велено с вами не спорить, — то с этой сценой будут мучиться актеры на площадке, монтажер, а потом зрители, когда будут смотреть фильм.

Если кто-то из моих коллег говорит: «Да, эта сцена не движет сюжет, но я написал ее для того, чтобы показать, какой мерзавец (умница, алкоголик, женолюб, хороший водитель) этот герой», — моя рука тянется к чему-нибудь тяжелому.

Еще раз повторю: каждая сцена должна приближать героя на один шаг к цели. Герои-мерзавцы должны показывать, что они мерзавцы, не стоя на месте, а двигаясь к своей цели.

Проверить, сделан шаг или нет, очень просто. Посмотрите на своего героя до и после этой сцены. Он может вернуться из состояния «после сцены» в состояние «до сцены»? Он может продолжать движение в том же направлении, что и до этой сцены? Если не может — значит, сцена удалась. Если может — выкидывайте ее скорее.

Например, вы пишете боевик и хотите вставить сцену, в которой герой сталкивается с уличными хулиганами, разбрасывает их, демонстрируя незаурядное владение боевыми искусствами. Если в сцене произойдет только это: нападение, драка и победа героя, — сцена не будет интересна, сколь бы красиво вы не сняли драку. У зрителя останется разочарование, которое он, возможно, осознает не сразу.

Даже такой простой эпизод должен быть «нагружен» судьбоносностью. И есть множество способов, как сделать драку с хулиганами правильной сценой. Вот несколько вариантов.

1. Герой поклялся своей матери никогда ни с кем не драться, но вынужден вступить за девушку, которую обижают хулиганы. После этой сцены у нас есть: вина героя перед матерью, ненависть хулиганов, который мечтают ему отомстить, благодарность девушки, которая может превратиться в нечто большее.

2. Герой — засекреченный агент. Его легенда: мирный обыватель. Вступив в драку с хулиганами, он становится легендой города, но при этом рассекречивает себя, привлекая внимание вражеской разведки.

3. Герой — трус. Он всегда избегал драк. И вот однажды, подравшись с хулиганами, он побеждает. С этого момента он приобретает уверенность в себе, становится лидером в своем окружении.

4. Придумайте свой вариант.

Запомните: в хорошем кино даже драка никогда не бывает просто дракой.

В идеале каждая реплика диалога должна необратимо менять судьбу героев. Только в таком случае можно написать действительно блестящий диалог. Но такого драматического совершенства достиг, по-моему, только один фильм — «Унесенные ветром».

Принцип «одна сцена — один шаг героя к цели» ни в коем случае нельзя пытаться пере выполнить. Два шага, сделанных в одной сцене, запутают зрителя.

Допустим, герой подозревает, что его жена ему изменяет и хочет узнать правду. Герой делает шаг за шагом: сначала герой узнает, что жена зачем-то берет его машину. Он следит за ней и узнает, что она ему изменяет. Он продолжает свое расследование и узнает, что она изменяет ему с его лучшим другом. Три сцены — три шага к цели.

Конечно, можно огорошить героя, вывалив на него всю эту информацию в одной сцене. Но особенности восприятия таковы, что зрители воспринимают только одну новость. В зависимости от подготовки и решения сцены на передний план выйдет либо факт измены жены (если это мелодрама), либо факт предательства друга (детектив), либо факт осквернения любимой машины (комедия).

Разумеется, в фильме может быть несколько сюжетных линий. Есть фильмы, в которых один герой и камера следует за ним от точки А до точки В, например «Приговоренный к смерти бежал» и «Карманник» Брессона. Но обычно в фильме несколько героев, и у каждого из них своя цель и свое путешествие.

Количество сюжетных линий строго не ограничивается. Полный метр может выдержать пять-шесть сюжетных линий («Тутси», «Меня здесь нет»). В одной серии сериала — до четырех линий. Если линий больше, зрители начинают путаться.

Возможно, вы слышали, что сценарии не пишутся, как романы, а конструируются. Сценарист думает не над листом бумаги, а над карточками, на которых записаны события в жизни героя (лично я пользуюсь блокнотом, у вас это может быть вордовский файл, но это не меняет сути).

На каждой карточке записано одно событие. Карточки можно тасовать, менять местами, добавлять новые, выкидывать старые.

Но самое главное, нужно придумать последовательность событий, в которой каждое следующее событие случилось потому, что случилось предыдущее.

В истории кино были сценарии, которые были написаны как романы: сценарист сел за стол, начал писать сразу с первой сцены и закончил тогда, когда написал последнюю сцену. Например, так был написан «Афоня» Александра Эммануиловича Бородинского. Но это была величайшая удача мастера.

Вы уверены, что удача будет улыбаться вам каждый раз, когда вы садитесь за письменный стол?

Тогда блокнот, карточки, вордовский файл — и пишем список сцен. Помните каждую секунду, что цель вашего героя — пройти из точки А в точку В. И каждая сцена должна приближать героя к цели.

Сколько должно быть сцен? В зависимости от темпа и жанра: около 80—100 — в полнометражном фильме, 35—40 — в серии сериала.

На следующем уроке мы поговорим о том, как написать хорошую сцену, необратимо меняющую судьбу героя и приближающую его к цели.

Задание: посмотрите любой хороший фильм. Попробуйте составить список сцен.

Сцена — это часть фильма, в которой действие происходит в одно время в одном месте (чуть позже мы поговорим подробнее о сцене и о том, чем она отличается от эпизода).

Если интересно, можете хронометрировать каждую сцену. Обратите внимание, когда подряд идут несколько длинных, по 3—4 минуты сцен, несколько коротких, по 20—30 секунд. Но это не обязательно — сейчас речь не о темпоритме.

Каждую сцену называйте по главному действию, которое в ней произошло, например: «Сара Коннорс сбегает из психушки».

Проследите сюжетные линии: кто герой каждой линии? Как линии пересекаются? В какие именно моменты мы переходим с одной линии на другую.

Когда вы составили список сцен, пересмотрите его внимательно и попробуйте по каждой сцене сформулировать, в чем состоит шаг героя данной сюжетной линии к его цели в этой сцене.

Дополнительно: смотрите видеоприложение №6

Урок 7. Что делает сцену сценой?

На прошлом уроке я рассказал вам, что каждая сцена должна продвигать героя к его цели на один шаг. Однако этого недостаточно, чтобы сделать сцену сценой.

Один мой приятель написал детективный сценарий. Работа проходила у меня на глазах, я читал синопсис, потом поэпизодник и был уверен, что получится блестящий, головокружительный сценарий — триллер в духе «Игры» Дэвида Финчера. В истории была отличная завязка, хорошо продуманная структура и неожиданная развязка. У героя был характер, была цель и был достойный противник, который стоял на пути к цели.

Однако сценарий не удался.

Герой-детектив получал задание, шел его выполнять, встречался с первым свидетелем, узнавал о втором свидетеле, шел к нему, получал от него информацию о третьем свидетеле, шел к нему и так далее, пока не раскрывал преступление. Все это было очень-очень скучно. Даже остроумные местами диалоги не спасали.

А ведь сделать этот сценарий интересным было очень просто, при готовом-то поэпизоднике.

Допустим, детектив входит в квартиру бабушки, которая что-то знает о некоем молодом человеке, который снимал у нее квартиру. В сценарии бабушка тут же рассказывала о девушке, с которой у молодого человека был роман. Дальше детектив разыскивал девушку и так далее...

О'кей, у нас есть детектив, есть бабушка-свидетельница и информация, которую она должна в результате сцены передать герою. Что делает бабушка? Рассказывает детективу о девушке? Черта с два! Бабушка в маразме. Бабушка уехала в Вологду навсегда к племяннику. Бабушка под героиню. Бабушка нема. Бабушка — содержательница подпольного борделя и, увидев детектива, начинает отстреливаться из двух стволов. Бабушка не бабушка, а инопланетянин. Бабушка лежит на полу, и у нее нет головы. Короче, в хорошем сценарии бабушка ни за что по доброй воле не расскажет детективу про девушку.

Как же детектив заставит мертвую сумасшедшую бабку-героиницу вернуться из Вологды и нацарапать левым щупальцем имя девушки? А вот это уже проблема сценариста. Пусть придумает.

Способ преодоления конфликта, найденный сценаристом, должен быть, во-первых, подготовленным, во-вторых, неожиданным для зрителя.

В нашем детстве был такой мультфильм — «Вокруг света за 80 дней», в котором Филеас Фогг в начале каждой серии говорил Паспарту, что им понадобится на этот раз — что-то вроде: «Паспарту, сегодня нам понадобятся два дротика и яблоко».

И действительно, дротики пригодились, когда нужно было закрепить коврик на беговой дорожке, а яблоко — чтобы привлечь лошадь мистера Фикса.

Сценарист должен подготовить зрителя к способу преодоления конфликта: Фогг должен показать, что у него есть дротик и яблоко. Если он просто в нужный момент достанет из саквояжа эти предметы, зритель будет разочарован, мол, за этим Фоггом неинтересно смотреть, он просто достает из саквояжа каждый раз то, что ему нужно.

А если перед сценой с лошастью Фогг купит яблоко и скажет: «Сейчас мы будем приманивать лошадь», зритель будет еще больше разочарован. Ну, понятно, вот он купил яблоко, сейчас будет приманивать лошадь, все заранее ясно, ничего интересного. До конца сцену досмотрят разве что самые стойкие любители яблок и лошадей.

Нет, герой должен взять дротики и яблоко, но не объяснять зрителю, зачем они нужны. В случае с мультфильмом это было каждый раз отдельным удовольствием — гадать, как именно Филеас Фогг будет применять взятые им с собой предметы.

Примечание (так, на всякий случай): все вышеперечисленное не означает, что интересное кино можно написать только о яблоках и дротиках.

Еще одна история из собственной практики. На семинаре по драматургии девушка показала пьесу, состоящую из трех не связанных между собой сцен. Это было что-то вроде бытовых зарисовок. Речь персонажей была живой и яркой, сами диалоги были полны очень точно подмеченных деталей. При этом слушать их было ужасно скучно. Казалось, что все, что говорят герои, — лишнее, ненужное, словесный шум, который очень трудно не то что запомнить — толком разобрать.

Когда мы попытались понять, почему это произошло, девушка честно призналась, что, поскольку это не большая пьеса, а короткие сценки, она не стала вводить в них сюжет, завязку-кульминацию-развязку и конфликт. Дескать, это излишне перегрузило бы небольшие сценки.

На самом деле, если вы пишете короткометражку или одноактную пьесу, конфликт должен быть еще более ярко выражен — ведь у вас всего несколько минут, чтобы рассказать историю.

Сцену делает сценой конфликт.

Знаете, почему футбол популярнее, чем кино? Потому что на футбольном матче всем болельщикам сразу понятно, кто хороший, кто плохой, каковы их цели, и каждая секунда исполнена острейшего конфликта.

Конфликт должен быть между людьми. Герой, на чьей стороне симпатии автора (и на которого зрителю хочется быть похожим), — это протагонист. Его противник — антагонист.

Есть фильмы, в которых человек сражается со стихией или животным (вулканом, океаном, акулой, пожаром, зомби, ураганом). Как правило, антагонистом все-таки становится человек, который по какой-либо причине поддерживает сторону стихии. Либо стихия ведет себя, как человек, приобретает вполне определенные черты человеческого характера.

В каждой сцене конфликт должен быть разрешен: либо победил герой, либо победили героя.

Вообще, сцена — это фильм в миниатюре, в ней должна быть завязка, кульминация и развязка. У каждого героя в каждой сцене своя цель, которой он хочет достичь. Самое

сложное при написании сцены — придумать ее решение. Как герой преодолеет препятствие и достигнет цели? Как его переиграет антагонист? Хороший сценарист умеет придумывать неожиданные способы преодоления героем препятствий.

Научить этому нельзя.
Но можно научиться. Достигается упражнением.
Начнем прямо сейчас.

Давайте напишем сцену. Придумайте героя (или героиню). Придумайте для него (нее) цель. Придумайте антагониста. И вот они — герой и антагонист — впервые оказались лицом к лицу. В кафе, в постели, в библиотеке, на светском приеме, на космическом корабле — где угодно, но это должен быть только один объект. Все действие должно происходить в одном месте и в одно время. Цель героя в данной сцене — заставить антагониста что-то сделать. Цель антагониста — заставить героя сделать нечто, противоположное его цели. Кто победит: герой или антагонист? Не знаю. Вам решать. Но кто-то из них должен обязательно победить.

Мы не знаем о героях ничего, кроме того, что мы видим. Не нужно описывать их прошлое. Описывайте только то, что мы видим. Мы вместе с вами смотрим кино.

Количество людей в кадре давайте не будем ограничивать. Если для вашей сцены хватит героя и антагониста — отлично. Если понадобится бармен, водитель, почтальон или массовка в полторы тысячи человек — вводите, не вопрос.

А теперь внимание: два ограничения! Первое: вся сцена должна уместиться в одну страницу текста (примерно 2,2 тысячи знаков). Второе: во время сцены в кадре не должно быть произнесено ни слова.

Только действие.

Не пантомима! Не немое кино с титрами! Живое, достоверное, убедительное действие. Никаких предисловий-комментариев! Всю информацию о героях мы узнаем, только наблюдая за их действиями. Мы не знаем, о чем они думают, но мы видим, что они делают.

Молчание героев должно иметь убедительное для зрителей объяснение (тишина не обязательна, возможно, герои не могут говорить из-за перестрелки или шума дискотеки, а может, это люди, разговаривающие на разных языках, или немые, или супруги после двадцати лет брака, не знаю — придумайте). При этом придуманное действие должно четко и недвусмысленно показать зрителям, кто такие герои, чего они хотят и как именно они этого добиваются.

Молчание нужно для того, чтобы начать изживать идиотскую привычку пересказывать зрителям информацию в диалогах.

Дополнительно: смотрите видеоприложение №7

Урок 8. Структура сценария

Умение написать сцену — это важнейшее умение. Но не менее важно умение собрать из сцен сценарий.

Как я уже говорил, герой перемещается к своей цели шагами. Это не равномерное движение.

Грубо говоря, тесто, из которого герой лепит свою судьбу, — не однородная масса. Его можно разбить на комочки, комочки — на молекулы, молекулы — на атомы, атомы — на элементарные частицы.

Минимальная единица (элементарная частица) движения героя к цели — это действие. Когда герой говорит жене, что он ее не любит, когда он стреляет из пистолета, когда он пишет заявление об уходе с работы — он совершает одно действие. Реплика, меняющая ситуацию, — это тоже действие. Иногда один выразительный взгляд героя — уже действие.

Когда противник падает от выстрела героя, жена запускает герою в голову тарелкой, а босс разрывает заявление героя — это уже следующее действие.

Одно действие в сценарии, как правило, равно одному кадру в кино. Кадр — это отрезок пленки от включения до выключения камеры, а не целлулоидный квадратик с перфорацией по краям (квадратик с перфорацией называется кадрик).

Кадр: камера на героя. Герой говорит жене: «Я тебя не люблю». Конец кадра. Следующий кадр: камера на жену. Жена кидает в героя тарелку.
(Только не вздумайте писать в сценарии про камеру — режиссеры этого не переносят.)

Разумеется, соответствие действия и кадра условно. Есть фильмы, в которых одно действие состоит из многих кадров (например, Григорий Козинцев рассказывал, что в их с Леонидом Траубергом фильме «Чертово колесо» (1926) есть один удар кулаком, состоящий из шестнадцати кадров). (Ред.: Добавлена информация, так как есть фильм под таким же названием реж. В. Глаголевой, 2007) И наоборот, есть кадры, вмещающие много действий. В таких фильмах, как «Я — Куба» (реж. М. Калатозов), «Веревка» (реж. А. Хичкок) есть такие наполненные действием длинные кадры, а «Русский ковчег» (реж. А. Сокуров) вообще снят одним кадром, без монтажных склеек.

Но, как правило, одно действие равно одному кадру. Раньше я писал, что каждая сцена должна приближать героя к цели. Так вот, в идеале к цели должно приближать каждое действие.

Герой может просто налить чай в чашку. Но интересно смотреть на это чаепитие только в том случае, если, к примеру, в чай добавлен яд. Или герой взял чайник, чтобы переместиться поближе к кобуре с пистолетом. Или герой тянет зачем-то время. Или берет чайник, чтобы скрыть дрожь в руках. У каждого действия, совершенного в кадре, должна быть промежуточная цель, приближающая к основной цели героя.

Итак, сцена — это действия, произошедшие в одном объекте в одно время. В каждой сцене должен быть конфликт, так или иначе разрешаемый. Каждая сцена должна приближать героя к цели на один шаг. Если продолжать сравнение с тестом, сцена — это атом.

Следующая структурная единица — эпизод, это молекула сценария. Он характеризуется значительным изменением в судьбе героя.

Эпизод может быть равен сцене. Например, супруги ссорятся у себя дома. Или герой стреляет в преступника в цехе заброшенного завода. Или герой пишет и отдает боссу заявление об уходе, а босс разрывает его. Каждый раз герой совершает значительное движение на пути к цели и в то же время все действие происходит в одно время и в одном месте.

Но эпизод может состоять из нескольких сцен. Например, супруги ссорятся в машине (первая сцена), к машине подходит убийца и стреляет в них (вторая сцена), босс сидит в кабинете и слушает по телефону отчет убийцы о сделанной работе, потом говорит помощнику: он работает грязно, зачем-то убил жену объекта, его нужно уволить (третья сцена). Три сцены в трех разных объектах. Эпизод один, значительно изменивший судьбу героя, — он был киллером, а теперь сам стал объектом охоты.

Молекулы в нашем тесте имеют свойство собираться в комки. Эти комки называются актами. Акт — это последовательный ряд эпизодов, который в сумме производит решительный поворот в судьбе героя. К примеру, эпизод с заказным убийством вполне мог бы быть финальным эпизодом первого акта фильма.

Относительно актов в теории кинодраматургии нет единого мнения. Большинство специалистов считают, что в кино три акта. Мне случалось читать учебники, в которых говорилось о делении на пять актов, некоторые мастера считают, что в сериале должно быть четыре акта.

Все это от лукавого. При делении на пять актов, как правило, либо искусственно расширяются до акта пролог (тизер) и эпилог, либо рубится по живому второй акт. Что же касается четырехактных сериалов, то третий акт (дополнительная сюжетная линия) в них всегда выглядит вставным зубом, отвлекающим от основного действия.

Итак, будем исходить из того, что Аристотель делил на три и нам велел.

Первый акт — завязка. Как правило, в нем мы знакомимся с героем, узнаем, что у него есть сокровище, тайна, недостаток и цель. Герой отправляется в путешествие, чтобы ликвидировать свой недостаток. Сначала у него есть план А, он пытается достичь цели привычным способом в привычном мире. Однако вскоре он понимает, что существует другой мир. И его цель находится там. Конец первого акта. Продолжительность первого акта 20—30 минут.

Второй акт. Герой ищет свою цель, путешествуя по чужому миру. У него есть план В — его сокровище, которое он собирается применить, когда встретится с антагонистом. Это столкновение происходит примерно посередине второго акта. И конечно, герой проигрывает. Его сокровище не действует в этом мире. В конце второго акта герой узнает, что есть другое сокровище, которое поможет ему победить (это может быть свойство, считавшееся в его мире недостатком). Продолжительность второго акта — 40-60 минут.

Третий акт. Кульминация. Герой выполняет план С: раздобыв новое сокровище, он сходит с антагонистом лицом к лицу. Развязка. Герой побеждает антагониста и достигает цели. Герой возвращается домой. Но дома все происходит иначе, не так, как прежде, — ведь у героя есть новое сокровище. Побывав в другом мире, герой стал хозяином двух миров. Продолжительность третьего акта 20—30 минут.

Финальные титры. Аплодисменты зрителей. Контракт для сценариста на написание книги по мотивам сценария и еще двух сиквелов.

Вот как эта схема работает в основных жанрах кино:

Детектив. Совершено преступление. Детектив опрашивает пострадавшего, разговаривает с другом пострадавшего и свидетелем. Друг пострадавшего говорит о возможном подозреваемом. Детектив общается с подозреваемым. Тот говорит о своем алиби и дает

детективу улику против свидетеля (первый поворот). Детектив «копает» под свидетеля и выясняет, что он здесь ни при чем, а преступление совершил друг подозреваемого (второй поворот). Разоблачение.

Мелодрама. Женщина собирается замуж, но с женихом что-то не так. Женщина встречает незнакомца, который ее волнует, но, конечно, об измене речи не идет. У женщины начинают проблемы, жених, вместо того чтобы ей помогать, ведет себя, как подлец (первый поворот). Незнакомец приходит на помощь. Женщина борется с возникающим чувством. Выясняется, что неприятности женщины организовал ее жених (второй поворот). Жених-подлец вот-вот уничтожит незнакомца. Но незнакомец побеждает жениха. Свадьба женщины и незнакомца.

Комедия. Герой затевает какую-то авантюру. Ситуация неузнанности: герой когда-то был проклят, теперь его принимают как инкогнито; герой принимает прачку за принцессу (первый поворот). Герой упорно ухаживает за своей прачкой, однако его усилия приводят к неожиданному результату. Чиновники, приняв его за ревизора, встают перед ним на цыпочки, а настоящей принцессе докладывают, что герой без ума от нее, и принцесса готова выйти за него замуж. Однако настоящая принцесса — редкостная стерва, к тому же страшенькая. А прачка — красивая блондинка, похожая на Мэрилин Монро. И герой уже в нее влюблен (второй поворот). И он перед выбором: полцарства или любовь? И конечно, он выбирает любовь, но тут же выясняется, что принцессу подменили в детстве, и он получает еще и полцарства в придачу.

Казалось бы, все просто. Однако самые большие проблемы во многих современных российских фильмах — структурные. И чаще всего не задается третий акт.

Почему-то считается, что, если сценарист придумал классную завязку и развитие, то зрителю этого достаточно. Однако важно не только то, чтобы зритель досмотрел кино до конца, но и то, чтобы он ушел из кинозала удовлетворенным.

Когда в кульминации наш герой сходится лицом к лицу с плохим парнем, опытный зритель сразу понимает: ага, сейчас плохой будет нашего мочить-мочить, почти убьет до смерти, а наш вспомнит слова своего учителя и победит плохого парня. Потом бросит свой меч в огненную лаву, скажет: Вася Иванов — Советский Союз! — и пойдет в свою Торбу-на-Круче землю пахать. Вряд ли зрителей удовлетворит такой любовой финал.

Есть несколько секретов хороших сюжетных поворотов. Во-первых, причиной значительных событий в судьбе героя всегда являются новые персонажи.

Если герой половину фильма шел вместе с другом, а потом вдруг друг хлопает себя по голове и говорит: вот я, дурак, я же вспомнил, этого дракона можно убить в черное пятнышко напротив сердца! — такой поворот никуда не годится.

Или если герой-детектив шел-шел по следу преступника, а потом вспомнил, что в самом начале при осмотре места преступления он забыл заглянуть под кровать, а ведь там наверняка и прятался преступник, — согласитесь, такой детектив не герой, а просто идиот.

Другое дело, когда информацию дает новый персонаж, до которого герою еще нужно было добраться, преодолевая препятствия.

Кроме того, сюжетные повороты должны быть неожиданными, то есть без игры в поддавки, действительно — неожиданными.

Если главная цель героини узнать, с кем изменяет ее муж, и на седьмой минуте фильма выясняется, что он пахнет духами сослуживицы, сослуживица постоянно звонит мужу,

они задерживаются вместе на работе, — в жизни это, скорее всего, означает, что расследование закончено. Но в кино, если нам так упорно подсовывают подозреваемого, значит, подозреваемый не при чем. Значит, на пятнадцатой минуте выяснится, что с сослуживицей они рисуют стенгазету к 8 Марта. Но зрители все про эту сослуживицу поняли еще на седьмой минуте.

Другой пример. Герой входит в лифт. Нажимает кнопку. Поднимается на 12-й этаж. Двери лифта открываются. Герой выходит из лифта и оказывается... в пустыне. Оглядывается назад и видит, что двери лифта закрываются. Подбегает к ним, хватается за них, хочет открыть, двери падают — они были просто вкопаны в песок. Герой оглядывается и слышит вой шакалов.

Вот это я и называю хороший сюжетный поворот.

Кино — искусство грубое, но отнюдь не тупое.

Сюжетные повороты являются своеобразными крючками, цепляющими внимание зрителя. Сколько их должно быть в фильме? Чем больше, тем лучше. Кто-то говорит — два, в конце первого и второго актов. Кто-то считает — пять. Я уверен, что крючком должна заканчиваться каждая сцена. А акт должен заканчиваться целым крючком, с которого не сорвется ни один зритель.

Как придумать классные крепкие крючки, расскажу на следующем уроке.

Задание на этот раз будет только для тех, кто, как я и просил несколько уроков назад, «разобрал» на сцены свой любимый фильм: попробуйте найти границы актов в этом фильме.

Где заканчивается первый акт? Кто является персонажем, заставляющим героя отказаться от плана А? В чем состоит план В? Где заканчивается второй акт? В чем состоит план С? Что является кульминацией и развязкой? Какие, на ваш взгляд, есть в этом фильме крючки, заставляющие смотреть дальше? В каких точках они расположены?

Дополнительно: смотрите видеоприложение №8

Урок 9. Крючки

На прошлом уроке я рассказал о структуре сценария и пообещал научить пользоваться крючками, вызывающими интерес зрителя.

Крючок — это то, что соединяет акты, эпизоды и сцены сценария. В то же время крючок удерживает кинозрителя перед экраном и заставляет телезрителя ждать, пока закончится реклама, чтобы узнать: ну что же там будет дальше?!

Грамотно выстроенная система крючков способна превратить довольно заурядный сюжет в зрелище, от которого невозможно оторваться. Хороший сценарист обязательно в нужных местах повесит крючки, которые зацепят внимание зрителя.

На первый взгляд, устройство рыболовного крючка очень просто — согнутый кусок металла. Однако далеко не всякая рыба клонет на любой крючок. Так и в сценарном деле, чем «хитрее» крючок, чем лучше наживка, тем труднее зрителю с него сорваться, — тем больше почета сценаристу.

Каждый сценарный крючок должен быть привязан к сюжету прочной леской, как рыболовный крючок к удочке. Иначе зритель, как хищная рыба, сорвет ваш крючок и уйдет в море.

Давайте попробуем разобраться в устройстве сценарных крючков.

Допустим, у нас есть герой, полностью соответствующий нашему представлению о прекрасном, например молодой, образованный, в меру начитанный и накачанный юноша. У него есть цель — встретиться со своей возлюбленной, красивой и умной девушкой. Хм, так себе завязка, ну ладно, пусть будет девушка.

Думаю, на нашей планете в тот самый момент, как вы читаете эти строки, миллионы парней встречаются с миллионами девушек. Нам их судьба не очень-то интересна. Ну, встретятся, поженятся, детей нарожают, помрут потом. Тоже мне сюжет.

Что должно случиться, чтобы мы заинтересовались их судьбой?

Ну конечно, между ними должно появиться препятствие. Например, родители юноши и девушки в ссоре. Да, где-то уже я читал такую историю. Давайте попробуем придумать пооригинальнее. Ну, например, у девушки редкое заболевание — аллергия на юношу. Если они встретятся, она немедленно умрет от удушья. А если не встретятся, он умрет от несчастной любви. Интересно, кто кого раньше угробит? Интересно. Итак, первый и самый простой вид крючка — препятствие.

Чем сложнее и неожиданнее препятствие, тем интереснее. Ведь тогда нам хочется узнать, как герой это препятствие преодолеет.

Препятствие может казаться лишь на первый взгляд несложным. Например, в годы Гражданской войны в кузнице не оказалось гвоздя. Преодолеть такое препятствие вроде бы несложно — нужно лишь купить гвоздей. Но если кто-нибудь из вас смотрел фильм «Коммунист» Юлия Райзмана, вы знаете, что с гвоздями в те времена случались перебои. В итоге гвоздя найти не удалось. Лошадь захромала. Тоже не проблема. Уход квалифицированного ветеринара, неделя-две покоя, будет как новенькая. Некогда было лечить лошадь? Нужно было срочно идти в атаку? Командир падает с лошади во время атаки, и его убивают. Что ж, воспитаем другого командира. А другой оказался бывшим кулаком и предал армию. Армия разбита. Ну что ж, перебросим войска с другого фронта. Перебросили, на другом фронте враги перешли в наступление и выиграли войну. Что ж, придется уходить в подполье и год за годом вести подрывную... Понятен принцип? Каждое следующее препятствие сложнее предыдущего.

Когда следуете за своим героем на пути к его цели, не забывайте о том, что антагонист тоже не дремлет. Если вы любите своего героя, вы можете впасть в соблазн сделать его умным, красивым и смелым, а антагониста глупым, страшненьким и слабым. Тем самым вы окажете герою плохую услугу. Зритель посмотрит на то, как ваш герой вытирает ноги об антагониста, да и скажет: ну и паразит же ваш герой, как ему не стыдно так обходиться с несчастным антагонистом!

Нет, антагонист должен быть сильнее вашего героя. И он должен идти, сметая все препятствия, к своей цели. А цель у него одна — помешать герою.

И вот уже наш юноша летит себе на свидание с девушкой, а она тем временем стоит в ЗАГСе, держа за руку толстого лысого дядьку. Когда герой об этом узнает, он немедленно умрет. Сотрудник ЗАГСа спрашивает: «Вы согласны стать женой этого толстого лысого дядьки?» Герой тем временем идет себе, мечтает. А девушка опускает глаза и говорит тихонько «да». Итак, второй вид крючка — это угроза.

Придумывая угрозу для героя, как никогда важно избежать штампов. Герой, висящий на кончиках пальцев над пропастью, — это штамп. Я же видел все приключенческие фильмы в мире, я знаю, что его сейчас вытащат. Зато если он висит себе над пропастью, а в это время по городу расклеивают объявление о его розыске... Тут героя вытаскивает из пропасти охотник, который как раз завернул в объявление о розыске патроны к своему винчестеру. Как теперь выкрутится герой, если охотнику до зарезу нужно получить награду за его поимку, чтобы выплатить проценты банку, который иначе отнимет его дом? Интересно? Интересно. Вот вам и пропасть...

Если не получается придумать оригинальную угрозу, можно придумать нестандартный способ защиты от угрозы. Например, герой висит, к нему подходит охотник, хочет его вытащить, а герой вдруг — бац! — и падает в пропасть. И разбивается вдребезги. Насмерть. Все ущелье кровью забрызгал.

Интересно, как в этот раз выкрутятся герой и сценарист? Еще как интересно. Ну, допустим, так: это был не герой, мы обознались. Вон наш герой скачет себе на своем коне к своей девушке. Или: герой и вправду убили, а дальше будет действовать его призрак.

Итак, чем страшнее угроза, тем лучше. Не обязательно угрожать жизни героя. Есть вещи, которые для героя важнее жизни? Например, честь, деньги, любовь, месть, дружба, самоуважение, статус? Чем больше всего дорожит ваш герой? Вот по этому месту его и бейте.

Давайте теперь оставим нашего героя над пропастью и вернемся в ЗАГС. Помните, возлюбленная героя сказала «да» лысому толстяку? Но ведь она вроде бы любила нашего героя! Интересно, почему она предпочла лысого толстяка? Ага, мне самому интересно. Третий вид крючка — это загадка.

Может у лысого толстяка душа хорошая? Или у нее мама больна, а толстяк обещал денег на лечение?

Загадка — это самый эффективный крючок в умелых руках. Одна хорошо придуманная и хорошо обставленная загадка способна держать зрителя в напряжении весь фильм. Кто подставил кролика Роджера? Кто убил Лору Палмер? Где находится нофелет?

Если в сценарии есть загадка, его трудно испортить. Но можно. Даже двумя способами. Первый: не подготовить зрителя к появлению загадки. Например, герой идет по улице и вдруг слышит, как случайный прохожий говорит: я знаю, как готовить салат оливье. А потом весь фильм герой ищет этого человека, чтобы спросить у него, правда ли, что салат оливье на самом деле готовят без колбасы? Другое дело, если, например, любимая девушка говорит герою: выйду за тебя, если разгадаешь настоящий рецепт салата оливье. Ценность загадки, которую нужно разгадать герою, сразу возрастает.

Вторая распространенная ошибка: загадка замаскирована таким образом, что ее нетрудно разгадать. Ага, есть труп женщины и трое подозреваемых: отсидевший за изнасилование зек, бывший полицейский, которого выгнали из полиции за алкоголизм и избивание подозреваемых, и девочка, проходившая мимо из музыкальной школы. Кто убил? Ясное дело, девочка.

Пожалуйста, не придумывайте таких глупых загадок, зрители в детстве читали ту же Агату Кристи, что и вы.

Наконец, последний крючок. Допустим, все загадки мы разгадали, все препятствия преодолели, всех угроз избежали.

Вот я вам рассказал про убитую женщину, зека, полицейского и девочку. Девочку обвинили в убийстве женщины и расстреляли. Справедливость восторжествовала. Казалось бы, история закончена.

А на следующий день женщина, которую считали убитой, вернулась домой, как ни в чем ни бывало. Интересно? Интересно. Женщина гостила у мамы в Мытищах. А труп, оказывается, был манекеном, который выбросили из модного магазина. Ну, вот так у нас бывает — ошиблись судмедэксперты.

Или, если уж продолжать нашу историю про влюбленных, пусть они прогонят лысого толстяка, вылечат маму и соединятся в поцелуе на фоне телевизора, в котором... президент объявляет войну и начало всеобщей мобилизации. Конец первой части. Вторую часть смотрите в апреле во всех кинотеатрах великой страны. Новость, которую узнают герои, дает возможность интересно продолжать историю после того, как конфликт исчерпан.

Итак, есть четыре вида крючков: препятствие, угроза, тайна и новость. Я было хотел, по своему обыкновению, придумать мнемоническое упражнение — составить какое-нибудь слово из первых букв названий крючков, чтобы было проще запомнить. Но получилось что-то очень прозаичное:

Препятствие → Угроза → Загадка → а → Новость = ПУЗаН!

Если вас не смущает неблагозвучность этой аббревиатуры — пользуйтесь. Если смущает — все равно вы ее теперь уже не забудете до конца своих дней.

Это все, что я хотел рассказать вам на этом уроке.

На следующем уроке вы узнаете, что такое идея фильма, зачем она нужна, и, главное, почему я о ней рассказываю только на десятом уроке.

Задание. Александр Митта в своей книге приводит замечательную историю-анекдот от Кира Булычева, которую можно закончить любым из четырех крючков. Думаю, вы все ее слышали.

Приходит мальчик домой, стучит в дверь, кричит: «Мама, открой — это я!» Дверь медленно открывается. А это не мама...

Попробуйте закончить эту сцену четырьмя разными способами, используя все виды крючков.

Дополнительно: смотрите видеоприложение №9

Урок 10. Идея фильма

Возможно, вы обратили внимание, что уже девять уроков мы говорим в основном о структуре сценария. Десятый мы посвятим тому же самому.

Дело в том, что при работе над сценарием примерно девять десятых времени и сил уходит на то, чтобы создать (вырастить, построить, сконструировать) историю. И одна десятая —

на то, чтобы ее написать. Сколько времени нужно, чтобы вырастить дерево? А сколько нужно, чтобы его срубить?

Идея фильма — это элемент структуры. Американец Лайош Эгри, говоря о драматургии, называл этот элемент еще более точно — «посылка». Но, думаю, «идея» звучит все же более привычно.

Кажется, что идея фильма должна возникать раньше всего — раньше сюжета, раньше героя. Мол, давайте-ка снимем мы фильм о том, что дружба сильнее всего на свете, даже сильнее любви! Или: давайте снимем кино о том, что любовь побеждает смерть. Или: давайте снимем кино про то, что жизнь бессмысленна — все равно мы все умрем.

На самом деле так почти никогда не бывает. Не нужно путать идею фильма и его замысел.

Как вы думаете, о чем мечтал Клод Лелуш, когда собрался снимать «Мужчину и женщину»? Может, что-то вроде: «Напишу-ка я историю о любви мужчины и женщины и получу „Золотую пальмовую ветвь“»? Черта с два. Он думал о женщине с ребенком ранним субботним утром на пляже. Кстати, Лелуш вообще очень здорово рассказывал о том, как возникали замыслы его фильмов. Так, замысел фильма «Баловень судьбы» звучал так: «Это фильм о человеке, который умел говорить „Здравствуйте!“» Идею же «Баловня» можно сформулировать как-то так: «От себя не спрячешься».

Звучит простовато, не правда ли?

Стоит ли смотреть, например, двухчасовой политический триллер, чтобы в итоге осознать со всей определенностью, что «нельзя заниматься политикой, не замаравшись»? Ага, а большая часть детективов имеет такую незамысловатую идею: «Преступление всегда будет наказано»? А все мелодрамы о том, что «любовь сильнее всего»?

Как будто мы этого не знали раньше.

Может, стоит придумать идею посложнее? Таковую, чтобы она действительно стала откровением для зрителей? Например, как вам такое: «Квантовая механика вступает в противоречие с общей теорией относительности»?

Недавно я посмотрел несколько научно-популярных фильмов о квантовой механике и прочих суперструнах. И знаете, идею всех этих фильмов можно сформулировать так: «Познать мир до конца невозможно». А вот противоречия между квантовой механикой и теорией относительности все авторы трактуют по-разному. И если честно, во всех этих трактовках черт ногу сломит. Хотя очень интересно наблюдать, как идея «Познать мир невозможно» борется с идеей «Все тайны мира можно раскрыть».

Парадокс состоит в том, что фильм может быть воспринят только тогда, когда идея хорошо известна зрителям и вполне им понятна.

Так как все-таки насчет того, чтобы упаковать в одну историю побольше идей? Давайте попробуем и посмотрим, что получится.

Возьмем следующие идеи: 1. Любовь сильнее всего. 2. Предательство сильнее всего. 3. Дружба сильнее всего.

Хорошие, сильные идеи, каждая легла в основу множества хороших фильмов (тем, кто сомневается насчет пункта 2, очень советую посмотреть отличный английский сериал «Абсолютная власть»).

Давайте начнем с любви. Предположим, что мы придумываем историю о любви молодого человека к жене человека, у которого он снимает квартиру. Он оказывает женщине некие услуги и добивается от нее взаимности. Однако в итоге она гибнет. Что должен сделать

молодой человек, чтобы мы поняли, что любовь сильнее всего: покончить с собой, уйти в монастырь, горевать до конца дней о возлюбленной?

Предательство. Теперь представим, что этот молодой человек, потеряв возлюбленную, тут же завел интрижку с другой женщиной — влиятельной особой, убийцей его возлюбленной. Как должна закончиться эта история? Думаю, герой должен вычеркнуть из памяти возлюбленную и наслаждаться жизнью, делая карьеру с помощью влиятельной дамы. Таких героев было немало, особенно в романах девятнадцатого века.

Как насчет дружбы? Пусть у этого нашего героя есть друзья, которые помогают ему завоевать его возлюбленную, а потом на пальцах объясняют ему, что предательство — это нехорошо, и помогают отомстить за ее смерть. Чем закончится такая история? Подозреваю, герой получит в итоге долгожданное карьерное повышение и поедет сначала к одному другу и предложит ему занять его место. А друг откажется под каким-то пустячным предлогом. Герой отправится ко второму. И второй откажется. Герой — к третьему. И третий откажется, просто потому что откажется. Они сделают это потому, что они прекрасно знают, как много для героя значит стать лейтенантом королевских мушкетеров. Ведь дружба — она сильнее всего. Один за всех и все за одного!

Идеи в этой истории, как и в любой другой, проходят настоящий естественный отбор. Выживает сильнейшая. Каждый действующий герой в сюжете является носителем своей идеи. И в итоге останется только одна!

Когда история уже придумана, нужно обязательно понять, какова идея фильма.

Идея организует движение сюжета фильма и задает формулу финала. Если вы пишете детектив и заканчиваете историю тем, что преступник уходит от возмездия, — значит, ваша идея такова: «Преступление может остаться безнаказанным». Как вы думаете, согласятся с этим зрители? Не факт.

Зрителей придется убеждать. Можно сделать героя таким симпатичным, чтобы ему прощалось все. Но тогда и идея примет другой вид: «Преступление, совершенное обаятельным подонком, может остаться безнаказанным». С натяжкой, но годится — только до того момента, пока зритель не узнает себя в жертве преступления. После этого он с негодованием выключит телевизор или выйдет из зала.

Лучше заставить героя совершать преступление, чтобы, например, помочь бедным или спасти беззащитных: «Преступление, совершенное во имя благой цели, может остаться безнаказанным». В таком случае герою обычно противостоит детектив, который является носителем идеи: «Закон превыше всего, даже если он несправедлив». Как вы думаете, за кого будут болеть зрители?

Это все, что я хотел рассказать об идее фильма. Главная идея сегодняшнего урока: «В фильме всегда борются несколько идей — побеждает всегда одна».

На следующем уроке поговорим о правде и правдоподобию в сценарии.

Задание на этот раз такое: чуть выше я показал вам, как борются идеи в «Трех мушкетерах» и как побеждает идея «дружба сильнее всего». Попробуйте показать на примере любого фильма по вашему выбору, какие идеи в нем борются и какая из них побеждает в итоге.

Дополнительно: смотрите видеоприложение №10

Урок 11. Правда

На прошлом уроке я рассказал вам об идее фильма. Напомню, основная функция идеи — структурная организация истории. Именно идея определяет формулу финала. Что же менее всего хотят услышать создатели фильма после финальных титров?

«Не верю!»

Как убедить зрителя? Может быть, нужно просто всегда писать в сценариях только правду? Нет. Это не поможет.

«Это было на самом деле, я взял реальный случай из жизни» — самое слабое оправдание для сценариста, какое он только может придумать.

У Сергея Эйзенштейна в фильме «Старое и новое» есть сцена, в которой два брата при разделе имущества распиливают избу пополам. Помню, когда смотрел этот фильм в первый раз, мелькнула мысль: похоже, здесь Сергей Михайлович все-таки погорячился. Генеральная линия генеральной линией, но распиленная изба — это перебор. Явно выдуманная история.

Оказалось, именно так подумали очень многие зрители, посмотревшие фильм тогда, когда он вышел, — в конце 1920-х годов. Дескать, Эйзенштейн все выдумал, не было такого. Тем не менее, это правда. Были известны случаи, когда крестьяне при разделе семей пилили избы по бревнышку.

С другой стороны, одна из самых знаменитых сцен в «Броненосце «Потемкине» — сцена расстрела на палубе, когда матросов накрывают брезентом. Конечно, никого никогда никаким брезентом не накрывали. Зачем? Но в кино это выглядело эффектно. И много лет спустя участники восстания на «Потемкине» клялись, что искони на российском флоте расстреливали именно так — накрыв брезентом. И сами искренне в это верили.

Вы подумаете, что я против правды в кино? В общем, да, я против правды в кино. Я за правдоподобие.

От искусства мы ждем не правды.

Мы любим прекрасными античными статуями. Статуи изображают людей (даже если они боги, но все равно они сделаны по образу и подобию людей). Но вообще-то статуи белые, мраморные, а люди — телесного цвета. И мы не кричим в ужасе: о, кошмар, белые люди, так не бывает, не верю! Зато если покрасить статую краской телесного цвета, вы скажете: нет, они же совершенно не похожи на людей, они мраморные — да еще и покрашены краской телесного цвета!

Великий японский художник Хокусай под конец жизни рисовал только птиц. И говорил, что, когда ему будет сто лет, он научится рисовать птиц так хорошо, что они будут взлетать с бумаги. Он умер, когда ему было восемьдесят девять. Но допустим, он прожил бы еще одиннадцать лет и ему бы удалось нарисовать птицу, которая взлетела с листа. И что? В мире стало бы на одну птицу больше. Из птицы можно сделать жаркое, но вряд ли миллионы людей во всем мире будут любоваться ею и восхищаться. Живыми птицами нас не удивит. Да и жареными, кстати, тоже.

Однажды Станиславский пригласил на небольшую роль в одну из своих постановок реальную деревенскую бабушку, исполнительницу народных песен. Однако едва бабушка появилась на сцене, она уничтожила весь мир спектакля. Она ничего не играла, не изображала, просто делала на сцене то, что она делала каждый день у себя дома — какую-

то нехитрую домашнюю работу. Реальность, как ржавчина, разъедала режиссерский рисунок. Зрителям становилось неудобно. Они тут же понимали, что они в театре, что их обманывают, что человек на сцене находится в несвойственных ему обстоятельствах.

Артист Москвин в лохмотьях на сцене был правдоподобен. Артист Качалов, хорошо поставленным голосом подающий босаяцкие реплики, был правдоподобен. Деревенская бабушка на сцене была неправдоподобна. Ее не должно было быть здесь — это было место для Москвина и Качалова. Тогда Станиславский лишил бабушку слов — эффект был тот же самый. Она молча появлялась на сцене — и сразу начиналась неправда. Бабушку убрали за сцену, где она пела короткую песенку — и эффект был тот же самый. И бабушку убрали вовсе.

Это вовсе не значит, что сценарист не должен изучать материальную часть, работая над сценарием. Если вы пишете об ученых, о врачах, о космонавтах, о масонах, о библиотекарях, о ком угодно, — нужно внимательно изучать их работу. И чем больше вы о них узнаете, тем лучше. Но это вовсе не значит, что, изучив их работу, нужно описывать только то, что вы о них узнали.

Нужно отталкиваться от этой информации и придумывать.

И ничего страшного, если, посмотрев ваше кино про ученых, пять специалистов по квантовой механике посмеются над вами и скажут: какой невежда, у него в фильме ученые чертят формулы мелом на доске, а ведь мы давно пользуемся наладонниками. Да во второй формуле у него ошибка. Ха-ха. Пусть смеются! Если бы мы изобразили ученого, который судорожно что-то пишет на наладоннике и сам себе что-то под нос бормочет, все остальные зрители сказали бы: что за нудота, что он там себе такое пишет? Нам нужен общий план, нам нужны развевающиеся полы белого халата ученого, нам нужен стук мела по доске.

Ну а про ошибки в формулах, думаю, и объяснять ничего не нужно.

Самое главное в погоне за правдоподобием — не стать жертвой штампов. Ученый, пишущий мелом на доске, — это вообще-то штамп. И как быть? Придумывать. Например, пусть он пишет свою гениальную формулу мелом на борту фургона. А в фургоне стоит инкассаторская машина и сидят грабители с пистолетами...

Впрочем, иногда использование штампов оправданно и даже необходимо.

Вам нравится, как изображают русских в американских фильмах? Помните пьяного русского космонавта в ушанке в «Армагеддоне»? Бред. Вранье. Залепуха. Конечно, русские космонавты не носят ушанок. Конечно, русские космонавты не пьют на орбите (хотя тут я не был бы так уверен...). Но фильм был снят для американцев. И пьяный русский космонавт — это маска персонажа, которую американский зритель должен мгновенно узнать. И конкретно для этого фильма с его шизофренической логикой, фильма, в котором сражаться с астероидом отправляют нефтяников, пьяный русский космонавт в ушанке очень даже уместен.

Если бы он был главным героем, конечно, это был бы более сложный характер, без водки и ушанки. Но в «Армагеддоне» его функция — появиться в кадре на 30 секунд и спасти героев ценой своей жизни.

Кстати, тоже как-то очень по-русски, вы не находите?

Правдоподобие в кино всегда важнее правды.

В жизни возможны любые, самые невероятные совпадения. В кино совпадения — слишком мощный инструмент, которым нельзя пользоваться часто. Лучше, если совпадения случаются в мелочах. Если вы строите на совпадении развязку всего фильма, будьте готовы к тому, что зрители будут разочарованы. Но случайности и совпадения в завязке истории вполне допустимы.

Говоря о правде и правдоподобию нельзя упускать из виду еще один момент. Некоторые редакторы любят говорить: реальная тета Маша, сидящая перед телевизором, должна узнавать себя в вашей тете Глаше, про которую вы пишете свою историю. Она должна смотреть и говорить: ба, да это же прямо как у меня в жизни! Все истинная правда!

Если вы сценарист и это услышали от редактора, скорее сделайте три вещи: встаньте, повернитесь на 180 градусов и уходите.

Когда тете Маше хочется посмотреть на себя, она смотрит не в телевизор, а в зеркало. Какие проблемы у тети Маши? Не хватает денег, муж пьет, на даче ни фи́га не растет, зато растут цены, дети придурки, не учатся и так далее... одна радость — включить телевизор и на час забыть про цены, мужа и детей. Она включает и видит там героиню, у которой нет денег, муж пьет, на даче ни фи́га... Тетя Маша говорит: да когда ж это кончится! — берет пульт и переключается на «Танцы на льду».

Это называется «базовая тоска». Если зрителю показывать героя, задавленного теми же проблемами, которыми задавлен зритель, он начинает думать о своих проблемах, а не о проблемах героя. Как вы думаете, чьи проблемы для зрителя важнее?

А нужно, чтобы важнее были проблемы героя. И правда здесь совершенно ни при чем.

Это все, что я хотел рассказать о правде и правдоподобию. На следующем уроке поговорим об описании действия в сценарии.

Упражнение на этот раз будет такое: вспомните случаи из просмотренных вами фильмов, когда правдоподобие важнее правды.

Дополнительно: смотрите видеоприложение №11

Урок 12. Описание действия

На предыдущем уроке мы поговорили о том, что правдоподобие в кино важнее правды. На этом мы заканчиваем с сюжетом и переходим к разговору о правилах написания сценария. Точнее, об описании действия в сценарии.

Как я уже говорил раньше, сценарий почти никогда не пишется с первой до последней сцены — от «Из ЗТМ» до «В ЗТМ».

Сначала пишется синопсис — краткое изложение истории на 2—5 страницах. Главное, что должно быть в синопсисе — описание главного героя или героев, их целей, препятствий, которые они встретят на пути к цели, и способов, которыми они преодолеют эти препятствия. На стадии синопсиса должно быть понятно, какими будут поворотные события сценария и где будут границы актов.

Далее — поэпизодный план (или тритмент). По сути, тритмент и поэпизодник — это одно и то же: изложение сценария, разбитое по сценам, объемом 20—30 страниц. Разница лишь в том, что поэпизодник, как правило, пишется для себя или для работы в сценарной

группе и с режиссером. Тритмент — это документ, которым может оперировать, например, продюсер, при поиске финансирования. Впрочем, все это тонкости, которыми вообще лучше не забивать голову, тем более сценаристу, погруженному в работу над сценарием.

Поэпизодник — это основное поле битвы сценариста. Именно на этом поле ломается больше всего копий и складывают головы сценаристы, редакторы и режиссеры.

Продюсерам из этой битвы, как обычно, удастся уйти целыми и невредимыми. Если им не нравится поэпизодник — они просто его не покупают.

В поэпизоднике должно быть изложено все, что зрители увидят на экране, кроме диалогов.

Диалоги заменяются описанием того, о чем говорят герои в сцене: «Детектив рассказывает комиссару, что у него есть улика против Отелло — платок Дездемоны с отпечатками пальцев Кассио. Комиссар сомневается, что Отелло мог убить Дездемону из ревности — ведь он кроткий, как ягненок».

Автор должен четко знать, о чем будут говорить его герои в каждой сцене. Неправильный вариант: «Детектив говорит комиссару, что у него есть улика против Отелло. Комиссар не верит детективу». Если на стадии поэпизодника автор не придумал, что за улика есть у детектива и почему комиссар ему не верит, значит, автор будет «думать на бумаге» — когда сядет писать сценарий.

Конечно, в таких случаях иногда бывают внезапные озарения, как же без этого. Но как правило, если автор что-то придумывает на ходу, он рискует либо заткнуть дыру в поэпизоднике штампом, либо «выпасть» из фабулы, вступив в противоречие с сюжетом или характерами персонажей. Лучше так не рисковать и браться за сценарий только тогда, когда готов поэпизодник.

Каждая сцена поэпизодного плана должна начинаться с описания места и времени действия. Чуть позже я расскажу подробнее о видах сценарной записи, но на стадии поэпизодника у сценаристов есть некоторая вольность. Можно описывать место и время так, как это делается в американской записи: «ИНТ.[интерьер]. РЕСТОРАН. ВЕЧЕР». А можно так, как это делается в русской: «Хмурое утро в вырезвителе».

Описание места и времени позволяет не запутаться при работе с сюжетными линиями. Если у вас четыре-пять сюжетных линий, вы легко будете находить каждую из них, пробегая глазами по описанию времени и места действия в каждой сцене.

Далее идет собственно описание действия. Это то, что в театральной драматургии называется ремарками. Некоторые специалисты считают ремарками и описание действия в кино. Но это не совсем так.

В сценарии ремарка — это характеристика речи персонажа, а не его действия. Например:

ОЛЬГА (хрипло)

Я не Ольга, я Антон.

Описание действия, как нетрудно понять, описывает действия персонажей: «Д'Артаньян выхватывает шпагу и...».

Поскольку это кино, а в кино действие происходит здесь и сейчас, описание действия лучше делать в настоящем времени: «он бежит», «он стреляет».

Ни в коем случае «начинает стрелять». Начатое и не законченное действие имеет свойство продолжаться вечно. Если герой «начинает стрелять», то он должен одновременно с этим

(продолжая стрелять!), например, закурить сигарету или что-нибудь сказать, а потом обязательно «закончить стрелять».

Все время помните о времени. Если вы пишете: «сидит у окна десять минут», это значит, что вы только что написали сцену продолжительностью десять минут. И, прямо скажем, не самую увлекательную сцену в мировом кинематографе.

Если вам нужно показать, что прошел какой-то отрезок времени, ищите способ вывести этот отрезок за кадр. Например, герой смотрит на часы: половина второго. Герой смотрит в окно, снова смотрит на часы: без четверти пять. Или: герой сидит перед пустой пепельницей, закуривает сигарету, смотрит в окно, тушит сигарету — а пепельница уже переполнена до краев. Сразу понятно, что он просидел полдня у этого окна. Умение убрать за кадр лишнее — одно из важнейших умений сценариста.

На бумаге должно оказаться только то, что зрители увидят на экране. «Герой лежит на диване и с грустью думает о своей возлюбленной» — это презренная проза. В кино мы можем только видеть, что герой лежит на диване и у него грустная физиономия. Если нужно показать, что он грустит о возлюбленной, некуда деваться — придется поставить перед грустным героем фотографию возлюбленной.

Это кажется простым, однако когда начинаешь писать, сам не знаешь, откуда берутся все эти «хочет», «думает», «понимает», «мечтает о...».

Второй соблазн, от которого спасает работа с поэпизодником, — это чрезмерное увлечение диалогами. Когда есть история, когда есть характеры, писать диалоги — большое удовольствие. Автор и не делает ничего, только сидит, слушает персонажей и записывает. Но персонажи, как и живые люди, очень болтливы. Они могут часами трепаться ни о чем. Поэтому прежде чем дать персонажам право голоса, нужно попытаться в каждой сцене найти возможность обойтись без слов или минимальным их количеством. Честное слово, хорошо придуманная немая сцена стоит десяти классно написанных диалогов.

Если немые сцены — признак мастерства, значит ли это, что лучшие мастера кино могут вообще обходиться без слов? Да, они это могут. Недаром величайшие шедевры мирового кино были созданы в 1920-е годы, когда кино было немым. Если составлять список из десяти лучших сцен в десяти лучших фильмах десяти лучших режиссеров, уверен: все десять сцен будут немыми.

Какой же сценарист не хочет написать сцену, которая войдет в десятку лучших сцен мирового кино?

Это все, что я хотел рассказать на этом уроке. На следующем поговорим о диалогах. Я расскажу, как написать диалог, за который актеры скажут вам спасибо.

Задание: чуть выше я описал героя, который лежит на диване и грустно смотрит на фотографию возлюбленной. Это самый незамысловатый способ показать, как мужчина грустит по женщине.

Попробуйте придумать и описать одним предложением действие, которое покажет зрителям, что герой грустит по возлюбленной (для девушек: придумать действие, показывающее, что девушка грустит о возлюбленном). Нужно не просто показать, что герой грустит — он грустит именно о возлюбленной. Не о родине, не о ребенке — о возлюбленной.

Дополнительно: смотрите видеоприложение №12

Урок 13. Диалог

На прошлом уроке я объяснял, что действие в сценарии гораздо важнее, чем диалог, и что, если есть возможность обойтись без диалога, — нужно без него обходиться.

Очень трудно придумать хорошее действие даже для очень простой ситуации. Но это очень важно для хорошего сценария. Гораздо важнее, чем умение писать диалоги. Однако есть еще одна страшная штука, с которой сталкиваются все сценаристы. Дело в том, что главные читатели сценариев — это редакторы и режиссеры. А они читают в сценариях только диалоги.

Редакторы читают много, а режиссеры — мало. Поэтому и те и другие стараются минимизировать свои усилия при чтении сценария. Блоки описания действия они воспринимают как черные нечитаемые куски текста и пропускают, схватывая суть в диалогах.

Бороться с этим невозможно. Поэтому, когда описываете действие, старайтесь, во-первых, дробить на абзацы каждое действие каждого персонажа и, во-вторых, разбивать действие короткими уместными репликами.

Наверное, вы уже заметили, что почти на каждом уроке я повторяю, что любое действие должно приближать героя к его цели. Так вот, каждая реплика — это тоже действие, которое должно приближать героя к цели. Реплика, которая не является действием, — это шлак, который засоряет сценарий. Шлак нужно выбрасывать.

Написание диалогов — это самая приятная часть работы над сценарием. Именно поэтому у диалогистов (тех, кто пишет диалоги), — в кинокомпаниях самые низкие гонорары.

Сценарист должен сдерживать себя, не позволяя садиться за диалоги прежде, чем придуман сюжет. Только тогда, когда вы точно знаете, что происходит в каждой сцене, можно дать персонажам возможность говорить. Лишь в этом случае получится действительно хороший диалог. Если сценарист ввязывается в диалог в надежде, что герои сами выкрутят сюжет в нужную сторону, скорее всего, он напишет несколько страниц никому не нужной болтовни, которую потом придется выбрасывать.

Диалог становится интересным только тогда, когда у его участников есть цель и между ними есть конфликт. Когда герои согласны друг с другом, им не о чем говорить. Слушать диалоги согласных между собой героев — невыносимая мука. Недаром в хороших детективах напарники ссорятся, даже когда сражаются вдвоем против целой армии противников.

Главное правило, когда вы пишете диалог, — короче!

Всегда есть соблазн написать больше, чем нужно. Никаких монологов! Монолог хорошо звучит в театре, где степень условности высока. В кино монолог можно вынести только тогда, когда создается иллюзия диалога, когда монолог обращен не к зрителям, а к собеседнику, который не может ответить герою (например, в «Последнем танго в Париже» герой Марлона Брандо разговаривает со своей мертвой женой). Или когда герой молится. Или когда он выступает с речью перед толпой слушателей. Впрочем, в последнем случае слушатели могут реагировать на слова выступающего — аплодировать или освистывать его, и это уже не монолог, а диалог.

Герои должны разговаривать между собой, а не со зрителями. Думаю, всем много раз приходилось видеть в кино сцены вроде вот следующей.
Два детектива сидят в машине.

1-й ДЕТЕКТИВ

Ты избил подозреваемого, это недопустимо. Я знаю, с тех пор как погибла твоя жена и дочь, ты немного слетел с катушек...

2-й ДЕТЕКТИВ

Бедная Мария и малышка Энни! Грабители расстреляли их из помповых ружей и успели сбежать за десять минут до того, как я вернулся домой.

Если бы я получал сто долларов каждый раз, когда вижу такую сцену в кино... в общем, жалко, что я не получаю сто долларов каждый раз, когда я вижу такую сцену в кино. Этот диалог плох, потому что детективы озвучивают информацию, которую они оба знают. Эта информация — для нас, а не для них. Эту же сцену можно написать так, что между героями будет конфликт, и один из них узнает информацию, которую он не знал раньше.

1-й ДЕТЕКТИВ

Что ты вытворяешь, Джон! Еще одна жалоба, и тебя выпрут из полиции. И если ты думаешь, что гибель твоей жены и ребенка послужат достаточным оправданием для избиения подозреваемого...

2-й ДЕТЕКТИВ У него было помповое ружье.

1-й ДЕТЕКТИВ И что? Он даже не успел пустить его в ход.

2-й ДЕТЕКТИВ

Потому что в этот раз я успел вовремя! (Плачет). Барни, я ведь тогда опоздал всего на десять минут...

1-й ДЕТЕКТИВ

Почему ты не сказал это парням из отдела внутренних расследований?

И т. д.

Конечно, сей диалог тоже не украсил бы фильм уровня «Китайского квартала», но, согласитесь, он уже немного интереснее, чем первый.

Еще одна беда, которая подстерегает при написании диалогов, — повторы. Герои не должны проговаривать вслух то, о чем зритель уже знает.

Герой говорит: пойду куплю сигарет. Идет, покупает сигареты. Возвращается с сигаретами. Говорит: вот, я купил сигарет.

И что?

Герои в кино хотят одного, говорят другое, а делают третье. Только тогда они интересны. Герой говорит жене: куплю сигарет. Выходит на улицу и покупает большой хозяйственный нож. Возвращается и говорит жене: я видел тебя в машине с твоим тренером по йоге.

Интересно, что она ему скажет в ответ? Интересно.

Когда пишете диалог, слушайте не слова и наслаждайтесь не остроумием своих героев, а ритмом диалога. Хороший диалог — это всегда поединок. Удар, блок, контратака. Удар, блок, контратака. Один из героев всегда остается победителем, а другой — проигравшим.

Ремарки вставляйте только там, где они нужны. Если для сцены важно, что герой говорит шепотом, хрипло или басом, тогда вставляйте ремарку. Если не важно — оставьте простор для фантазии режиссера и актеров. Сценарий с ремарками перед каждой репликой выглядит как ученическая пропись.

Выпальвайте сорняки. «Думаю... послушай... знаешь... ну... а...» — запрещенные слова для сценария. У меня есть такая обязательная процедура: после того как сценарий закончен, я его перечитываю и выбрасываю все «ну» и «а» в начале реплик. И знаете, обычно приходится нажимать на Delete раз шестьдесят. Иногда и чаще.

Осторожнее с профессионализмами, арго и жаргоном. Такие словечки создают колорит, но они не всегда понятны большинству зрителей. Поэтому таких слов должно быть как можно меньше. Конечно, доктор может щегольнуть в речи медицинским термином, летчик — авиационным, а зэк — воровской феней. Но если они делают это больше одного раза за сцену, то рискуют потерять зрителей, которые побегут от экранов к книжным полкам за словарем. Исключение из этого правила вы знаете — это «Доктор Хаус». Да и то, когда его показали по телеканалу «Домашний», он провалился - как раз из-за сложной медицинской терминологии, в которой телезрители не захотели разбираться.

Не злоупотребляйте диалогами героев по телефону. Если, конечно, ваше кино не про телефон доверия или секс по телефону. Очень трудно снять интересно телефонный разговор. Приходится прибегать к различным ухищрениям, например, заставлять во время разговора героиню принимать ванну, а героя убежать от наемного убийцы.

Если диалог большой и его никак нельзя сократить, постарайтесь придумать для диалога необычное место и действие. Одно дело, когда два героя сидят друг против друга за столом и беседуют, попивая коньяк. Совсем другое, когда один герой сидит, направив пистолет на другого, а в середине сцены второй расстегивает куртку и показывает, что он обязан взрывчаткой. Уверен, последние обстоятельства заметно оживят общение.

Фирменный прием в отличных американских сериалах «Студия 60» и «Западное крыло»: снятые одним кадром без склеек огромные диалоги, которые герои произносят на бегу, перемещаясь из комнаты в комнату. Если бы герои произносили те же диалоги, сидя за столом, думаю, эти сериалы не получили бы кучу призов, а их автор Аарон Соркин не считался бы одним из лучших сценаристов в США.

Это все, что я хотел сказать о диалоге.

На следующем уроке я расскажу вам о сценарной записи — как правильно оформлять сценарий.

Задание на этот раз предлагаю такое.

Герои — мужчина и женщина (возраст на ваше усмотрение) — находятся в помещении (квартира, ресторан, спортзал — что угодно). Мужчина хочет выйти из помещения. (Зачем? Придумайте!) Женщина не соглашается. Кто выиграет — решать вам. Не нужно описывать героев, помещение, в котором происходит разговор. Все обстоятельства места и времени, характер и цели героев мы должны узнать из диалога. И наконец, главное ограничение: весь диалог должен состоять из десяти реплик. Пять — у мужчины и пять — у женщины.

Дополнительно: смотрите видеоприложение №13

Урок 14. Сценарная запись

На прошлом уроке я рассказал вам о диалогах. Думаю, само время рассказать о том, как эти самые диалоги записывать. Тем более что каждый мало-мальски сведущий человек знает, что есть какая-то специальная система записи сценария.

Есть. Даже две. Русская и американская. Разница между ними принципиальная. Русская запись предназначена для того, чтобы сценарий было удобно читать. Американская — для того, чтобы по сценарию было удобно снимать кино.

Русская запись — это, по сути, проза:

В узком тесном зале — в бешеном ритме музыки, в слепящем свете, в табачном дыму — двигались люди. Озверевшие от рева динамиков бармены едва успевали наполнять стаканы, рюмки. За столиками у стен уже сидели по трое на одном стуле. Какие-то совершенно отвязанные девки плясали на маленькой площадке посреди зала (П. Луцик, А. Саморядов. ВИП).

Американская — ближе к пьесе:

...Двое из них — это МОЛОДОЙ ЧЕЛОВЕК и ДЕВУШКА. Молодой Человек говорит с небольшим британским акцентом и, как его соотечественники, курит сигареты с пренебрежением.

Сколько лет ДЕВУШКЕ или откуда она, сказать невозможно; каждое ее действие абсолютно не сочетается с тем, что она делала секунду назад. Парень и девушка сидят в кабинке. Говорят очень быстро, в рваном темпе.

МОЛОДОЙ ЧЕЛОВЕК

Нет, исключено, это слишком рискованно. Я завязал.

ДЕВУШКА

Ты каждый раз так говоришь: хватит, я завязал, слишком опасно.

МОЛОДОЙ ЧЕЛОВЕК

Я знаю, я всегда это говорю. И я всегда так думаю, но...

ДЕВУШКА

...Но через пару дней ты об этом забываешь... (К. Тарантино. Криминальное чтиво).

На заре кинематографа сценарии были больше похожи на описание раскадровок. Сложно назвать литературой, например, вот это.

1. Американская диафрагма. (Крупно) Медаль крутится на горизонтальной (плоскости), останавливается царем. 2. (Мелко) Болото. 3. Наплыв. Рабочие работают. 4. (Мелко) Торфяные разработки. 5. Лицо директора. 6. (Мелко) Река.

Между тем, это сценарий первого фильма Эйзенштейна «Стачка».

Русская запись восходит к разработанной в 1930-е годы концепции «эмоционального сценария» Ржешевского и Эйзенштейна, по которой сценарий это шифр, передаваемый одним темпераментом другому. К сожалению, совместное творение Эйзенштейна и Ржешевского «Бежин луг» стало настоящей катастрофой для них обоих (особенно для Ржешевского), и об эмоциональном сценарии надолго забыли.

Но запись сценария в виде прозы прижилась просто потому, что в СССР каждый сценарий перед производством прочитывали десятки, а иногда и сотни людей. А читать, конечно, удобнее прозу, а не список сцен.

Чуть позже родился целый жанр — киноповесть, когда сценарист, не надеясь на постановку, «снимал» свое кино сам — описывал его так, как он его видит. Киноповести читали, печатали в журналах, издавали отдельными книжками.

Русскую запись лучше всего использовать тогда, когда автор рассчитывает не на постановку, а на издание. Она удобна для чтения, и это, пожалуй, ее единственное достоинство. Все остальное — недостатки.

Прежде всего за красотой стиля автор может спрятать слабость сюжетной конструкции. Вроде бы сценарий читался запоем, все восхищались, а начали снимать — оказалось, все красоты остались в сценарии, а в кино перенести нечего.

Примером такой неудачи считается история со сценарием «Жили-были старик со старухой», написанный Юлием Дунским и Валерием Фридом. С момента публикации в журнале сценарий считался выдающимся произведением. За его экранизацию взялся Григорий Чухрай, только что снявший «Сорок первый» и «Балладу о солдате». Ожидалось великое кино. Но не получилось. Режиссер оправдывался: купился на литературную обманку...

При русской записи трудно контролировать хронометраж сцен и всего фильма. К примеру, сценарий полуторачасового «Дикого поля» — 24 страницы. Были случаи, когда сценариста просили дописать несколько сцен, чтобы набрать хронометраж, а потом эти сцены приходилось выкидывать (например, А. Бородянского просили дописать сценарий «Города Зеро», а потом эти сцены пришлось вырезать).

При русской записи приходится делать усилие для того, чтобы понять, где и когда происходит сцена, какие в ней действуют герои и кто какую реплику произносит. Повышается вероятность ошибок.

Впрочем, сценарий, написанный русской записью, никогда не появится на съемочной площадке. Режиссер всегда пишет новый сценарий — режиссерский, который ближе по оформлению к американской записи и в котором уже подробно расписан хронометраж, объекты, персонажи, реквизит и реплики для каждой сцены.

Американская запись более технологична.

Прежде всего, при написании сценариев используется только один шрифт — Courier New, 12-й кегль. Это не каприз — шрифт выбран потому, что все буквы равны по ширине, то есть размер текста не меняется (например, если в сценарии есть герой с дефектом речи, в репликах которого часто появляются «ш» и «щ», которые в других шрифтах шире остальных букв). Хронометрировать сценарий позволяет 12-й кегль; как правило, страница сценария, записанного этим кеглем, равна одной минуте на экране (на самом деле, когда в сценарии больше действия, может быть чуть больше минуты, а когда больше диалога, который произносится довольно быстро, — то меньше минуты, около 40—45 секунд).

В начале каждой сцены указывается, в помещении или на улице происходит действие, где именно оно происходит и в какое время:

ИНТ. КВАРТИРА ИВАНОВА. ДЕНЬ.

НАТ.[натура]. ПЛЯЖ. НОЧЬ.

Затем идет описание действия:

НАТ. МОРЕ. ДЕНЬ.

Небо затянуто тучами. Волны вздымаются к небу. Низко над волнами пролетает самолет-амфибия А—40.

Когда появляется новый персонаж, при первом появлении его имя выделяется прописными буквами:

Входит СЕРГЕЕВ.

Это делается для того, чтобы второй режиссер на площадке мог легко найти, когда впервые появляется тот или иной персонаж.

При описании диалога, когда пишется имя героя, слева делается отступ 6,75 см. Реплика героя пишется с отступом слева 3,75 см, справа — 3,75 см. Ремарка пишется с отступом слева 5,5 см, справа — 4,5 см.

СЕРГЕЕВ (громко)

Тихо!

Однако вымерять отступы с линейкой не нужно. Есть специальные программы, которые устанавливаются на компьютер и делают форматирование автоматически.

Теперь о нюансах. Американская запись, или «американка», — твердый, неизменный, устоявшийся формат. В любой кинокомпании вам скажут, что сценарии, написанные с нарушением формата, отправляются в корзину непрочитанными.

Но самое забавное, что в каждой кинокомпании редакторы придумывают свою «американку».

Иногда эти нововведения оправданы, иногда нет.

Например, в классической «американке» сцены не нумеруются. Но когда сценарист работает с режиссером и не имеет возможности встречаться с ним каждый день, лучше пронумеровать сцены, чтобы при разговоре по телефону можно было сказать: «сцена такая-то, смотрим», чтобы можно было сразу найти нужную сцену.

Выделение жирным шрифтом в «американке» не используется никогда. Но иногда редакторы просят выделять время и место действия, чтобы было удобнее считать объекты.

Случалось мне видеть и сценарии, написанные 14-м кеглем, шрифтом Times New Roman.

Однажды меня очень попросили ставить в диалогах после имени персонажа точку.

Продюсер был из театральных, привык читать пьесы (где после имени автора ставится точка), а сценарной записи в глаза не видел.

Поэтому если вы пишете сценарий на заказ, не стесняйтесь, попросите выслать образец сценарной записи, который использует данная компания. Это гораздо лучше, чем неожиданно для себя напороться на требование оригинального оформления тогда, когда сценарий уже будет написан.

Это все, что я хотел рассказать о сценарной записи.

Написание сценария занимает несколько месяцев. Это тяжелый ежедневный труд. Сложно день за днем браться за дело и писать с одинаковой энергичностью и вдохновением. Вот

именно об этом — о том, как привлекать и сохранять вдохновение, мы и поговорим на следующем уроке.

Задание будет такое: установите на свой компьютер одну из программ для форматирования сценария и попробуйте потренироваться в оформлении описания действия и диалогов (можно использовать диалоги, написанные для предыдущего задания).

Урок 15. Вдохновение

Возможно, у кого-то сложилось впечатление, что я пытаюсь убедить вас в том, что в работе сценариста нет ни чуда, ни полета, ни творчества — сплошная технология, голое ремесло, трезвый расчет, конкретные методики и приемы.

Конечно, это не так. Качество работы сценариста, так же как и любого другого творческого человека, зависит от вдохновения. А вот как вызывать и сохранять вдохновение, есть конкретные методики и приемы.

Прежде всего нужно научиться пользоваться привычным и непривычным в своей повседневной жизни. Привычное помогает «подключаться» к тому, что было раньше. Непривычное помогает придумывать новое.

Сценарий полнометражного фильма или сериала пишется несколько недель или месяцев. И сценарист должен уметь день за днем продолжать его писать с одинаковым усердием и вдохновением.

Вдохновение не любит ветреных бездельников. В его фаворитах ходят дисциплинированные трудяги. Иногда уходят годы на то, чтобы приучить себя к дисциплине. Но начинать никогда не поздно. С чего начинать?
С отдыха.

Если вы не хотите работать, скорее всего вы плохо отдохнули. Организация отдыха — это первое, на что нужно обращать внимание при организации работы. Нет отдыха — нет «топлива», чтобы делать работу. Значит, нет и работы. Спросите себя, как организован ваш отдых?

Один день в неделю бездельничаете, одну неделю в году гостите у родственников в Саратове? Отлично!

Как проводите выходной? До обеда читаете ЖЖ, а с обеда смотрите кино на компьютере? А в обычный рабочий день чем занимаетесь? В общем-то, тем же самым? Мда... А отпуск у родственников где проводите? На диване с ноутбуком? Я мог бы и не спрашивать...

Отдых — это не обязательно лежание на пляже или пьянство в прокуренном клубе. Отдых нужно планировать и заниматься им ежедневно, планомерно и целенаправленно.

Как вы отдыхаете на протяжении дня? Раз в час заглядываете на любимый форум или в ЖЖ? Попробуйте потратить десять минут в час на то, чтобы выйти на улицу и подышать свежим воздухом. Удивитесь, насколько станет легче и интереснее работать. Причем если вы будете каждый раз просто ходить одним и тем же маршрутом, погрузившись в мысли о работе, — считайте, что никуда не выходили. Попробуйте каждый раз придумывать новый маршрут. Каждая перемена, любое непривычное действие — это отдых. Если вы

каждый час выходите прогуляться и это стало привычкой, то, может быть, попробовать эти десять минут постоять на голове?

Смотрите по вечерам сериалы? Попробуйте вместо этого посмотреть документальный фильм, например, о происхождении видов. Читаете книги? Какие именно? Детективы? Почитайте классику. Читаете классику? Возможно, краткое погружение в волшебный мир Дарьи Донцовой — как раз то, что нужно для вашего утомленного проклятыми вопросами сознания.

Два года назад я читал только киносценарии. Очень скоро показалось, что они похожи один на другой. Детали смазываются, внимание рассеивается и уже не хочется не только киносценариев, но вообще никакого печатного слова.

Теперь у меня есть правило: раз в месяц читаю что-нибудь познавательное, каждый раз в новой области. Например, за последние месяцы: учебник по партизанскому маркетингу, учебник по квантовой физике, сборник материалов по истории советской космонавтики, сборник материалов по истории импрессионизма. Это тоже попытка организовать свой отдых.

Главный секрет отдыха — вовсе не количество денег, потраченных на заграничные поездки, а разнообразие. Случалось мне видеть людей, донельзя утомленных одинаковыми гостиницами, пляжами и прочими достопримечательностями. Иногда для того, чтобы переключиться, не нужно ехать на Гоа, достаточно купить газету «Ведомости» вместо журнала «7 дней». Или наоборот.

То же касается работы.

Если есть возможность, старайтесь работать над несколькими проектами сразу. Лучше, если это проекты разных жанров. Например, ситком и детективный роман. Или боевик и колонка о политике. Или семейная сага и венлок сонетов.

То же самое касается проектов, которые приносят вам деньги. Понимаю, что мой совет может прозвучать вызывающе, но нужно стараться не зависеть от одного источника доходов.

Во-первых, на самом деле платят за сценарии не так уж и много. Во-вторых, продать сценарий или получить заказ не так-то просто. Это происходит нерегулярно. В-третьих, проекты имеют свойство закрываться, отменяться и не всегда сценарист при этом получает заработанные деньги. Если вы целиком зависите от этих денег, вы будете постоянно об этом думать. Тут уже не до вдохновения.

Кроме того, если нет постоянного источника доходов, зачастую приходится соглашаться на участие в проектах, которые того не стоят.

На первый взгляд то, о чем я говорю, не имеет отношения к вдохновению. Однако главное условие вдохновения — свежая, не занятая заботами голова.

Голова есть? Тогда за дело. Нужно начинать писать. Это и есть самое трудное. Ох уж этот страх белого листа!

Как же я завидую людям, которые могут начать писать с утра, не проверив электронную почту, не прочитав новости, не заглянув в ЖЖ. Единственный способ не дать затянуть себя всем этим отвлекающим факторам — ограничить их. Полчаса на почту, ЖЖ — и за сценарий.

«Подключение» к работе — тот случай, когда могут помочь привычные ритуалы. Например, музыка, которую вы слушаете за работой. Я, например, пишу под «Пинк Флойд». Сам не знаю, как это получается, я ведь даже не очень люблю эту группу. Но писать могу только под нее. Пробовал под Боуи, под «Дорз» — никак.

Если же все равно не получается написать первую фразу, очень хорошо помогает простая мысль: первая написанная за день строчка может быть плохой. Главное — ввязаться в эту битву. Начать писать, давить на клавиши, складывать буквы в слова. Плохую первую строчку, написанную для разгонки пера, потом можно выбросить.

Иногда бывает достаточно напечатать что-нибудь вроде: «Сейчас я начну писать, и это будет самый лучший в мире сценарий. Это будет сценарий про парня, который однажды утром вышел из дома, сел на коня и...» Неужели не появились идеи, что именно он «и...»? И завертелось...

Когда перо разогналось, нужно уметь его останавливать. Иначе можно потратить все свои запасы «топлива» и завтра вообще ничего не написать.

Если останавливаться вовремя и весь остальной день не думать о работе, сюжет «варится» в подсознании и на следующий день легче начать работать. Легче преодолеть страх белого листа.

Если же и это не помогает, если вы, хоть режь, не знаете, о чем писать, — значит, дело не во вдохновении, дело в сюжете. Цель героя известна? Цель антагониста? Характеры понятны? Конфликты намечены? Сюжетные повороты придуманы? Крючки работают? Если сюжет «застрял», бесполезно вымучивать действие или диалог. Нужно попытаться понять, из какой точки А в какую точку В должен попасть герой. Останется только придумать, как он преодолеет этот путь.

Когда сценарист ищет новый поворот, ему на помощь приходит что-нибудь непривычное. Музыка, которую никогда не слушал. Книги, которые никогда не читал. Телепрограммы, которые никогда не смотрел. Незнакомые люди.

Любое новое впечатление может дать толчок, который сдвинет сюжет с места.

Урок 16. Договор

Как вы думаете, какая профессия в кино самая рискованная? Актер? Каскадер? Пиротехник? Режиссер? Продюсер? Ничего подобного! Конечно же, сценарист! Дело в том, что сценарист в своих отношениях с работодателями не защищен ничем, кроме их доброй воли и закона (Пример стандартного договора со сценаристом – см. в приложении 4)

В кинопроизводстве сценарий — это официальный документ, на основании которого пишется смета и календарно-постановочный план (КПП). Только после этого в проекте появляются режиссер, локейшен-менеджеры, ассистенты по реквизиту и кастингу, потом актеры, гримеры, костюмеры, операторы, звукорежиссеры, монтажеры — и деньги, деньги, деньги.

Пока пишется сценарий, никаких денег ни у кого нет. Иногда продюсер платит за сценарий из своего кармана. Это значит, что он платит мало, неохотно и частями. И ненавидит сценариста при этом люто.

Зачастую же сценаристу предлагают сначала написать сценарий, чтобы потом искать под него деньги и уже совсем потом заплатить сценаристу за работу. В этом случае сценарист

разделяет риски продюсера. С той разницей, что продюсер в случае неудачи рискует провести несколько бесполезных встреч с инвесторами, а сценарист потратит несколько месяцев напряженного труда.

Это не значит, что подобные варианты нужно сходу отметать. Оцените шансы продюсера найти деньги на это кино. Если это вчерашняя журналистка, которая решила стать великим продюсером, не имея к этому никаких показаний, кроме желания пройти однажды по красной дорожке, — это не предвещает ни денег, ни кино, ни красной дорожки.

Если это влиятельный продюсер, который сделал десятки фильмов, имеет кредитную линию в крупных банках и ногой открывает двери в Министерстве культуры — вполне вероятно, что инвесторы прислушаются к его словам.

Но сразу возникает вопрос: если он такой крутой, почему он сразу не может заключить договор со сценаристом и заплатить ему за сценарий?

Иногда сценаристу предлагают выполнить тестовое задание. В этом нет ничего зазорного. Поэпизодник и пара сцен сценария позволят вам «потрогать» героев, послушать, как они говорят, посмотреть, как они двигаются. Может оказаться, что это не ваши герои и не ваша история. Лучше понять это прежде, чем вы обнаружите, что вам придется провести с этими героями следующие семь сезонов.

Однако, если, например, потенциальный работодатель просит вас в качестве тестового задания отредактировать четыре серии сериала, значит, скорее всего, вас просто решили использовать как рабочую лошадку. Есть одна компания, которая каждый раз, когда ей нужно сделать какую-нибудь сценарную работу, объявляет о вакансии и дает эту работу новому соискателю в качестве тестового задания.

Если вы понимаете, что хотите написать это кино, а продюсер понимает, что вы тот сценарист, какой ему нужен, пора подписывать договор.

Как правило, по стандартному авторскому договору сценарист полностью отдает продюсеру все права на свое произведение. Без всяких прав на дополнительные отчисления.

Согласно российскому законодательству, авторами фильма являются сценарист, режиссер и автор музыки и песен в фильме. Но отчисления от показа фильма получают только авторы музыки и песен. Почему? Потому что композиторы целенаправленно занимаются лоббированием своих интересов, а режиссеры и сценаристы собирают съезды и воюют за и против Никиты Михалкова.

Итак, сценарист отдает все свои права за оговоренную сумму вознаграждения. Однако он может оставить за собой, например, право написать книгу по своему сценарию и права на сиквел и приквел.

Многие сценаристы: Ариф Алиев, Юрий Коротков, Валентин Черных — уже давно пишут романы по своим сценариям. Александр Эммануилович Бородинский недавно написал сценарий фильма «Мы из джаза — 2», причем это кино не будет снимать Шахназаров, который отказался от своих прав на сиквел.

Пожалуй, на этом и кончаются лазейки, которые можно предусмотреть в договоре для возможного получения дохода в будущем.

Кроме этого, для сценариста в договоре важны только три пункта.

1. Сроки сдачи сценария. В этом вопросе нужно стоять насмерть, не соглашаясь ни на какие компромиссы. Продюсеры всегда стараются ужать сроки, заставляя сценариста «войти в их положение», поскольку «нужно скорее запускаться» и т. д. Конечно, вы можете войти в положение продюсера, но, учтите, даже не снимать — читать ваш

сценарий будут примерно столько же времени, сколько вы его будете писать. Случай из личной практики: из-за совпавших графиков однажды мне пришлось написать семь серий для двух разных сериалов за месяц. В итоге один из сериалов запустили только через два года.

Обычно сценаристы соглашаются на сжатые сроки, а потом просто «динамят» продюсера, прося отсрочку за отсрочкой. Это тоже неправильно. Вдруг вы нарветесь на тот редкий вид продюсера, который действительно все делает в срок и из-за вас придется и впрямь сдвигать планы съемок? Вероятность ничтожно мала, но все же... Мое глубокое убеждение: сценарист должен зубами выгрызть из продюсера реальный срок, а потом разбиться в лепешку — но сдать сценарий день в день.

Каждый пишет с разной скоростью, но, на мой взгляд, наиболее комфортные сроки — три месяца на полный метр, две недели на одну серию сериала.

2. Суммы и сроки оплаты. О суммах, пожалуйста, не спрашивайте. Они очень индивидуальны. Нетрудно догадаться, что Эдуард Яковлевич Володарский получает больше, чем студент, который расписывает диалоги в телеромане.

Схемы оплаты также могут быть разными. Например, так: 20% — при подписании договора или сдаче позизодного плана, 40% — при сдаче первого варианта сценария, 30% — при согласовании окончательного варианта сценария или начале съемочного периода, 10% — после озвучания.

Нужно добиваться, чтобы в договоре было указано не абстрактное «начало съемочного периода» или «получение финансирования от инвесторов», а конкретные даты. Вы же не пишете в графе «срок сдачи сценария»: «Когда у меня будет вдохновение»!

3. Титры. Фамилия сценариста должно быть указана в начальных титрах тем же кеглем, шрифтом и продолжительностью, что и фамилии режиссера и продюсера (исключение могут составлять фамилии актеров-звезд, что оговаривается особо).

Иногда режиссер, который не придумал ни одной сцены, а только мешал сценаристу своими замечаниями да еще в режиссерском сценарии испохабил своей правкой диалоги, требует внести свою фамилию в титры как соавтор сценария.

Если это не предусмотрено договором — посылайте режиссера подальше. Если в договоре вопрос о титрах не оговорен, сценаристу остается только одно проверенное средство — изготовить восковую куклу режиссера и воткнуть в нее длинную иглу.

Кстати, регистрация сценария в Российском агентстве по авторским правам не прибавит вам аргументов в спорах с режиссером и продюсером. И даже не всегда защитит в случае, если компания попытается избавиться от вас, оставив за собой ваш сценарий. Вы лишь сможете доказать, что сценарий действительно ваш. Если же вам не понравится то, что сделают из вашего детища эти изверги, вы, конечно теоретически, можете остановить производство фильма. Но в этом случае вам придется возместить стоимость расходов. Помните: уж что-то, а статьи расходов продюсеры находить умеют.

Когда сценарий написан, до его завершения еще далеко. Наступает время поправок.

Иногда в договоре указывается количество редакций сценария, как правило — три.

Обычно этого хватает, чтобы внести в сценарий все пожелания продюсера и режиссера.

Верный знак того, что дело идет в нужном направлении, — когда в каждой следующей редакции становится все меньше и меньше поправок. И каждый раз они в тех местах, где сценарист написал что-то новое. Это значит, что сценарист предложил новое решение, а оно не понравилось. Ничего страшного.

Но если сценарист соглашается на все правки, а их появляется все больше и больше, причем они появляются в новых местах, которые еще вчера устраивали заказчиков, — это значит, что заказчики или ошиблись со сценаристом или сами не знают, чего хотят. И тогда 20—30 редакций сценария далеко не предел. И в том и в другом случае у сценариста только один выход — немедленно уйти.

Такая работа никогда не будет результативной.
Вообще у сценариста есть только один рычаг давления на продюсера — уход с проекта. Пользоваться этим рычагом нужно очень аккуратно, он легко ломается.
Как же сделать, чтобы продюсер боялся потерять сценариста? Увы, целая гильдия юристов тут не поможет. Нужно еще кое-что. Например, классный сценарий.

Удачи!

Часть вторая: Как написать интересный телесериал

Урок 1. Телесериал как высокий жанр

К сериалам принято относиться с пренебрежением. Дешевать, сюжеты банальные, диалоги примитивные, костюмы отстойные, декорации убогие, актеры не напрягаются, съемки халтурные, монтаж тупой.
То ли дело авторское кино.

Да, так оно и есть. 99 % сериалов — полный хлам. Но вообще-то 99 % чего угодно — полный хлам. В том числе и 99 % авторского кино. Поэтому давайте не будем затевать очередную дискуссию на тему, кто кого поборет: Ангелопулос — Абрамса или Абрамс — Ангелопулоса. Они не борются, они кино снимают (хотя я бы поставил на Абрамса — он моложе и, говорят, занимался боксом в колледже).

Вспомним относительно недавнюю историю. «Как вы можете променять настоящее искусство на ярмарочное развлечение?» — говорили коллеги мистеру Дэвиду Уорку Гриффиту, бросившему театр ради работы в кино. Кто знает, может, как раз сейчас где-нибудь в Марьине, в съемной однокомнатной квартирке новый Гриффит пишет сценарий будущего телешедевра на уровне «Нетерпимости» (США), а друзья при этом ему пилят мозг: как ты можешь променять настоящее искусство на ярмарочное...

Дело в том, что в последние годы в мировом кинобизнесе наметились две тенденции. Первая — «омоложение» киноаудитории. Возраст большинства нынешних кинозрителей 15—20 лет. Такой публике не нужен «Крестный отец», ей «Человека-паука» подавай. Вы тоже заметили, что последние голливудские блокбастеры стали, как бы помягче сказать, не очень замысловаты? Во-во, и я про то же.

Вторая тенденция — рост интеллектуального уровня телезрителей. Что смотрели по ящику пятнадцать лет назад: «Санта Барбара», «Просто Мария», «Богатые тоже плачут». Сейчас: «Lost», «Prison Break», «House, M.D.», «Mad men». Что называется, найдите десять отличий.

Сенсация! Телевизор делает людей умнее! Подождите радоваться. Просто взрослые люди, которые ушли из кинотеатров, пересели за телевизоры. При этом они выгнали домохозяйек за компьютеры, где они и пребывают в контакте с «Одноклассниками».

Еще десять лет назад кинобизнес и телебизнес были взаимно непроницаемы. Снялся в сериале? Жирный крест на возможной кинокарьере! Написал полный метр? Все, сериалов больше не пишу, не барское дело!

Сейчас преграды рухнули. Тот же Абрамс продюсирует «Lost» и снимает «Монстро» и «Звездный путь». Аарон Соркин вообще пишет с обеих рук — и кино и сериалы. Не отстает и молодежь. Давно ли сценарист Джош Шварц блеснул в «Сплетнице» — а уже сочиняет очередной сиквел «Людей Икс».

Еще один двигатель телепроизводства — пиратство. «Росомаху» на workprint посмотрели? Знаю, что посмотрели, не отпирайтесь. Сколько бы ни сажали основателей трекеров, сколько бы ни закрывали раздачи по требованию правообладателей, вода дырочку найдет. По соотношению цена/качество халявный контент вне конкуренции. Кинобизнес теряет прибыли, и производители идут куда? На телевидение, где прибыли растут с каждым годом.

В России ситуация пока немного другая. Например, проектов мирового уровня раз-два — и обчелся. Собственно, «Ликвидация» и... да и все, пожалуй (еще достойные проекты «Участок», «Дневник убийцы», «Граница. Таежный роман», «Бригада» — но это все домашние радости). Это связано, как ни парадоксально звучит, с избалованностью телезрителей. В 1990-е годы в России был один из лучших кинопоказов в мире. Все мировое кино, которое обычно крутят в крохотных зальчиках для десятка гиков, у нас шло в прайм-тайм по федеральным каналам. Такое даром не проходит, и даже десятки серий (здесь вставьте какое-нибудь название сериала — вообще, я стараюсь не упоминать в негативном ключе российские сериалы и телеканалы, ибо... сами понимаете) до сих пор не могут выбить из голов виденного в девяностые Феллини. Все привыкли к тому, что каждый вечер — новая премьера.

Поэтому зрителя берут не умением, а числом. Стандартный пакет ситкома, телеромана или вертикального детектива — 150 серий. И не захочешь, да посмотришь. Поэтому в России не приживается принятый во всем мире порядок вертикального программирования: один эпизод сериала в одну неделю. Маловато будет! Мы хотим все и сразу. И когда, например, первый канал закупает «Lost», он ждет выхода всех серий сезона, а потом показывает их день за днем, по четыре серии в неделю. А не так, как в Америке, — раз в неделю по средам.

С другой стороны, российский кинобизнес последних лет существовал независимо от проката. Иначе была бы невозможна ситуация, когда в год снимались двести фильмов, из них в прокат выходили восемьдесят, а окупались два — и при этом по итогам года 198 продюсеров не оказывались в тюрьме. Потому что кино существовало на деньги инвесторов, не слишком заинтересованных в прибылях от проката.

Так кинопроизводство и рухнуло первым еще в самом начале кризиса.

Кризис перекрыл потоки дурных денег, лившихся из закровов родины в кинобизнес. Едва ли не единственный источник средств, на которые сегодня можно снимать хоть что-то, — это телеканалы. А телеканалы, как ни странно, — это единственный заказчик, который заинтересован в качестве продукта. Чем лучше кино — тем выше рейтинг, тем больше прибыль от проданной рекламы.

Вспомним 1998-й год, когда наши каналы из-за падения рубля потеряли возможность закупать сериалы на Западе и начали снимать свои. Теперь может произойти то же самое, кризис выгонит профессионалов из кино на телевидение, и, как следствие, художественный уровень сериальной продукции будет расти.

К чему такое длинное предисловие? К тому, что хорошие сериалы писать не стыдно. Стыдно писать плохие сериалы.

Урок 2. Когда сценарист главнее режиссера

Да, вы не ошиблись, здесь написано именно это: в сериалах сценарист главнее режиссера.

То есть, конечно, главнее всех продюсер. Он и в кино, и на телевидении — царь и бог. Но вот первый после бога на телевидении — сценарист. Режиссеры «новой волны» в 1950-е годы совершили революцию, заявив, что автор фильма — режиссер. А теперь сценаристы лучших современных сериалов доказывают, что автор телесериала — сценарист. Во всяком случае, на Западе это так. Хотя в России тоже ситуация потихоньку меняется. Кто знает режиссеров, снимавших «Секретные материалы»? А Криса Картера знают все. Кто снимал «Героев»? Тим Кринг? Нет, он был сценаристом и продюсером. «Западное крыло» и «Студия 60»? Аарон Соркин! «Соединенные штаты Тары»? Дьябла Коди. «Сплетница»? Джош Шварц. «Lost»? Дж. Дж. Абрамс сотоварищи.

Может быть, сценаристы наконец объединились и сообща решили отомстить режиссерам за десятилетия унижений? Не совсем так. Дело в том, что кино — искусство визуальное. В кино первична «картинка», слово — вторично. Недаром кино называли «великий немой». Поэтому и командует здесь тот, кто придумывает «картинку», а не тот, кто пишет слова. Некоторые режиссеры снимают кино вообще без литературного сценария, рисуя сразу раскадровки с репликами на полях. Так снимал, например, знаменитый индийский режиссер Сатьяджит Рей. И так же делает Отар Иоселиани.

На телевидении слово так же важно, как и «картинка». Создать 22 часа увлекательного зрелища за сезон невероятно трудно. И дорого. Бюджет полнометражного фильма в США от 20 до 100 миллионов долларов, в России — 1—5 миллионов. Бюджет эпизода в телесериале в США — 2—3 миллиона долларов, в России — от 100 до 500 тысяч. Производство телесериалов во много раз дешевле, иначе они становятся убыточными.

Создатели сериалов идут на различные хитрости, чтобы сэкономить. Прежде всего за счет сокращения натуральных сцен. Во многих сериалах большая часть действия происходит в помещении, с короткими заявочными натурными планами, которые снимаются один раз на весь сезон сразу. Есть сериалы, в которых все действие происходит в павильоне (например, почти все ситкомы). Обычно же соотношение природы и павильона составляет 20 и 80%.

И что же герои делают в павильоне? Влюбляются, ссорятся, интригуют, убивают друг друга, шутят — и говорят, говорят, говорят...

Это и есть главная забота сценариста в сериале — так придумать, что именно говорят герои, чтобы зрителям было все время интересно, что будет дальше. Чтобы зрители возвращались к телевизорам снова и снова.

Телевизионный зритель — более капризный, чем зритель в кино.

В кино человек приходит, настроившись наслаждаться зрелищем, покупает попкорн, отключает мобильник. И если ему не нравится фильм, он все равно досмотрит его до конца, хотя бы для того, чтобы высмеять создателей в своем блоге. Уйти из кино в середине сеанса, бросив недоеденный попкорн, — на такое способны немногие. Телезрителю проще — у него пульт под рукой. Не понравился сериал — щелк. И нет сериала.

А многие телезрители сериалы не смотрят, а слушают, занимаясь при этом какими-нибудь домашними делами.

Несколько героев, чьи судьбы рушатся в небольшом пространстве, отгороженном от зрителей невидимой стеной. Что это? Правильно, театр. Телесериал гораздо ближе к

театру, чем кино. Поэтому многие современные театральные драматурги востребованы в качестве телесериальных сценаристов.

Что же касается режиссера телесериала, его задача снять так, чтобы ничто не отвлекло зрителя от главного — от того, что говорят герои. Режиссерские изыски на телевидении не приветствуются. Неожиданные ракурсы, сбивающие ритм склейки, хитроумные мизансцены безжалостно изгоняются (ох, ну, конечно, не без исключений, — чего стоит, например, снятый одним кадром поход двух героев из убежища в магазин и обратно в одной из лучших серий «Hustle»).

Это красиво, но это дорого, и это мешает зрителям слушать диалоги. Средняя норма выработки за смену в российском телепроизводстве от 13 до 26 минут. Не до изысков, согласитесь.

В кино очень часто сценарий переписывается во время съемки. В сериалах, как правило, на площадке сценарий уже не меняется. За этим строго следят специально обученные, очень злые, коротко стриженные и непрерывно курящие девушки в очках.

В общем, роль сериального режиссера незавидна. Так что сериальный сценарист уже на стадии написания сценария должен чаще ставить себя на место продюсера, чем на место режиссера. Во-первых, чтобы не вырабатывать у себя дополнительные комплексы, а во-вторых, потому что от этого больше пользы для дела.

Приведу примеры двух технических заданий, которые получал ваш покорный слуга на различных проектах.

ТЗ-1. Два главных героя-детектива, два помощника. Кроме них, 5—6 персонажей второго плана и 6—8 эпизодических персонажей. Максимум три новых объекта, не считая офиса детективов.

ТЗ-2. Два главных героя должны появляться в кадре в следующих пропорциях: 12,5 минут — вместе, 12,5 минут — в кадре только один, 12,5 минут — в кадре только второй, 12,5 минут — в кадре ни одного.

И при этом нужно выстроить увлекательный и достоверный сюжет!

Все эти, на первый взгляд, нелепые ограничения были связаны с производственными возможностями и расписанием артистов. Сериальный сценарист должен постоянно держать эти условия в голове, даже во время самых сокрушительных приступов вдохновения.

Некоторые сериальные сценаристы со временем начинают либо частично выполнять функции продюсеров, либо просто становятся продюсерами, взяв на себя контроль за производством, проводят кастинг, нанимают и увольняют режиссеров, работают на монтаже и т. д. На Западе это весьма распространенная практика, в России такие случаи тоже известны, хотя пока немногочисленны.

На самом деле мнимая власть сериальных сценаристов над сериальными режиссерами — это реальная ответственность перед ними. Тяжело сценаристу за письменным столом — легко режиссеру на площадке. И легко зрителю перед телевизором.

А теперь давайте попробуем поставить себя на место сериального сценариста-продюсера. Нам нужно придумать классный сериал, который будут, не отрываясь, смотреть телезрители.

С чего начать? Во всех сериалах мы видим либо обычных героев в необычных обстоятельствах («Lost», «Побег из тюрьмы», «Эврика», «Скользящие»), либо необычных героев в обычных обстоятельствах («Доктор Хаус», «Кости», «Числа», «Хроники Сары Коннор», «Теория большого взрыва»).

О героях сериалов и о том, чем они отличаются от киногероев, мы поговорим чуть позже, когда будем говорить о вертикальных сериалах, а сегодня давайте займемся необычными обстоятельствами.

Нам нужно придумать мир, в котором будут жить наши герои, а вместе с ними и телезрители. Это должен быть таинственный, загадочный, пугающий и одновременно заманчивый мир. Зритель должен с нетерпением ждать заветного часа, когда он включит телевизор и усядется перед ним поудобнее.

Конечно, придумать целый мир — это слишком расплывчатое задание. Есть такой термин — сеттинг. По сути, это и есть мир героев истории, ограниченный временем, местом и действием. Сеттинг Доктора Хауса — наши дни, клиника, рабочие смены врачей (мы видим происходящее их глазами и не знаем, что происходит, когда они уходят из клиники, а также не видим, чем занимаются врачи, когда уходят из клиники).

Грубо говоря, это место действия и правила этого действия. Нам нужно придумать помещение, в котором встречаются герои, и решить, зачем они в это помещение постоянно приходят.

Несколько ограничений: сеттинг должен быть оригинальным, то есть не заимствованным из вашего любимого сериала — давайте бороться со штампами.

Задание не будет зачтено, если вы напишете один из следующих вариантов: 1) клиника; 2) необитаемый остров; 3) тюрьма; 4) квартира чокнутых физиков; 5) экспертная лаборатория; 6) студия телевизионного шоу; 7) квартира богатого человека; 8) казарма; 9) космический корабль; 10) офис; 11) школа; 12) спортзал; 13) университет.

Трудновато? Сейчас будет еще труднее. Выше я сказал, что это задание для сценариста-продюсера. Теперь ограничение для вас как для продюсера: нужно придумать такое место действия, чтобы можно было построить всю декорацию на одну вашу месячную зарплату. Если вы безработный, придумайте место действия, которое можно снимать бесплатно.

А вы думали, продюсеры только доходы считают?

Гм, кажется, я придумал слишком сложное задание. Ладно, сделаю два послабления: можете использовать квартиру богатого человека и строить декорации не на одну, а на две месячные зарплаты. Гулять так гулять!

Урок 3. Расписание сценариста

Обратимся к авторитетам. Вот так работает, скажем, Дэвид Келли, создатель «Элли МакБил» и «Практики»: «Понедельник, вторник и среду я пишу „Элли МакБил”, четверг, пятницу, субботу я пишу „Практику”, воскресенье провожу с женой и детьми».

А вот Аарон Соркин: «Понедельник, вторник и среду я валяю дурака. В четверг я начинаю кричать на окружающих, потому что у меня нет мыслей по поводу очередного шоу. В пятницу я кричу „Боже мой, у меня полчаса до записи!” — и быстро все делаю». Недаром герои сериалов Аарона круглые сутки торчат на работе, или валяют дурака, или кричат на окружающих.

Однако, вернемся с небес на землю. В принципе один человек может написать сценарий 16—20-серийного сериала. Это займет полгода—год. Иногда продюсеры могут себе это позволить. Но чаще — нет. Поэтому сценарии сериалов пишут сценарными бригадами (группами). В такой бригаде может быть и два человека, и двадцать.

Количество сценаристов зависит от количества серий, а структура бригады — от жанра. На вертикальных сериалах, ситкомах и телероманах сценарные бригады устроены по-разному и работают по-разному.

О вертикальных сериалах и ситкомах поговорим чуть позже. А сейчас, чтобы наглядно показать устройство сценарной бригады, давайте взглянем, как работает бригада на телеромане.

Телероман — это американизированный вариант мыльной оперы. До США жанр добирался причудливым маршрутом из Латинской Америки через Францию и Канаду. В телеромане мы следим за жизнью семьи или нескольких семей на протяжении многих лет. Некоторые западные телероманы выходят в эфир десятилетиями. На таких проектах сменяется не одно поколение сценаристов.

Если сериал выходит в прайм-тайм (с 18-00 до полуночи), то в неделю показывают четыре серии (вечер пятницы — время музыкальных и комедийных шоу, вечер выходных — время кинопремьер). Если сериал утренний или дневной — пять серий в неделю.

Итак, структура бригады выглядит таким образом:

Продюсер на телеканале

(человек, который отвечает за проект на канале; он, как правило, читает поэпизодники и — выборочно — серии)

↓

Исполнительный продюсер

(человек, который отвечает за проект в производящей компании; он читает все серии)

↓

Главный автор

(руководитель сценарной группы, хедрайтер, шеф-редактор, шоу-раннер; он отвечает за каждое слово, которое написано в сценарии)

↓

Сюжетчики

(одна бригада из 4—5 человек, они придумывают сюжет)

↓

Диалогисты

(две бригады по 4—5 человек, они расписывают диалоги)

Нетрудно заметить, что в самом низу цепочки находятся диалогисты. Они самые бесправные люди в бригаде. Их задача — максимально точно расписать диалоги в истории, придуманной сюжетчиками. К тому же сюжетчиков вдвое меньше, чем диалогистов, и у них больше зарплата. На этом основании сюжетчики мыслят себя «белой костью», «элитой», а диалогистов за людей не считают. Диалогисты же думают о сюжетчиках как о халтурщиках, которые не умеют писать диалоги. И те и другие в чем-то правы.

Работа над сериями идет с шагом в две недели. Вот примерное расписание работы сценарной группы, которое, конечно же, может варьироваться.

1-й понедельник: встреча главного автора с сюжетчиками. Намечаются основные сюжетные линии.

1-й вторник: сюжетчики работают над поэпизодниками.

1-я среда: сюжетчики сдают поэпизодники, их читает главный автор.

1-й четверг: встреча сюжетчиков с главным автором. Главный автор дает правку в поэпизодники.

1-я пятница: сюжетчики вносят правку в поэпизодники.

1-е суббота, воскресенье: главный автор читает и правит поэпизодники.
2-й понедельник: главный автор утверждает поэпизодники у исполнительного продюсера.
2-й вторник: встреча с диалогистами первой группы. Диалогисты распределяют поэпизодники, проходят по всему сюжету.
2-е среда, четверг: диалогисты пишут диалоги.
2-я пятница: сдача готовых сценариев главному автору. К этому времени у сюжетчиков готова следующая порция поэпизодников.
2-е суббота, воскресенье: главный автор правит сценарии.
3-й понедельник: сдача готовых сценариев исполнительному продюсеру.

С третьей недели в дело вступает вторая группа диалогистов, и дальше группы работают параллельно. Расписание на месяц выглядит так:

1-я неделя: сюжетчики пишут поэпизодники.
2-я неделя: диалогисты первой группы пишут сценарии, сюжетчики пишут поэпизодники для второй группы.
3-я неделя: диалогисты первой группы правят сценарии, диалогисты второй группы пишут сценарии, сюжетчики пишут поэпизодники для первой группы.
4-я неделя: диалогисты первой группы пишут сценарии, диалогисты второй группы правят сценарии, сюжетчики пишут поэпизодники для второй группы.

При работе подобным бригадным способом на выходе получается 4—5 готовых серий в неделю, то есть ровно столько, сколько этих серий должно быть в эфире. Съемки начинаются, когда готово 20—30 серий.

В телеромане обычно 4—5 сюжетных линий. В начале каждой серии мы видим повтор — короткие сцены, которыми заканчивались сюжетные линии в предыдущей серии: нужно напомнить зрителям, чем закончилось дело вчера. Затем идут три акта, в каждом чередуются обычно четыре сцены каждой сюжетной линии, то есть каждый акт состоит в среднем из 16 сцен. Всего в серии три акта, то есть серия состоит из 48 сцен плюс тизер из четырех сцен. Конечно, при необходимости, количество сцен можно увеличивать или уменьшать.

Считается, что в каждой серии сериала должно быть пять крючков, которые цепляют внимание зрителя и заставляют его смотреть дальше. Однако в идеале крючком должна заканчиваться каждая сцена. И вовсе не обязательно для этого в финале каждой сцены оставлять героя стоящим с пистолетом в руках над холодным трупом или висящим на краю пропасти на кончиках пальцев. Достаточно спровоцировать конфликт между персонажами, поставить их друг против друга и... рекламная пауза. Эта фирменная мизансцена в телеромане называется «глаза в глаза» или, на сленге сценаристов, ГВГ.

Съемки телеромана, как правило, проходят полностью в павильоне. Между актами, когда объект меняется (например, бар, где собирается молодежь, — на спальню родителей), в склейку вставляется заявочный план — общий вид дома родителей или вид бара. Такие планы снимаются один раз и сразу на весь сезон. Иногда заявочные планы выполняют дополнительную функцию индикатора времени. В предыдущем кадре был день, но вот мы видим закат солнца над бунгало героя и понимаем, что наступил вечер.

Сезон телеромана обычно состоит из 150 серий. Умножьте на 48 — по числу сцен. Не так-то просто придумать столь большое количество событий в жизни героев. Поэтому в телеромане исповедуется принцип: одна серия — одно важное событие. В первом акте

событие подготавливается, во втором — происходит, в третьем — персонажи реагируют на событие.

Вот как это выглядит:

1-я серия: герой уезжает в другой город. Героиня тоскует, ждет письма.

2-я серия: героиня не получает письма, тоскует. Ей говорят, что герой ей изменил. Она не верит.

3-я серия: героиня получает доказательство измены героя.

4-я серия: героиня получает письмо от героя. Он ей не изменял.

5-я серия: письмо поддельное. Новые подозрения.

6-я серия: героиня получает известие, что герой мертв.

7-я серия: герой не просто мертв, его убили.

8-я серия: его убили те же, кто подделал письмо героя.

9-я серия: и так далее...

P.S. Герой на самом деле жив, он инсценировал свою гибель, чтобы вывести на чистую воду всех своих врагов.

Вот таково расписание сценаристов и телеромана. Далее я расскажу о том, как найти любого преступника в детективном сериале и зачем создатели некоторых сериалов пытаются опровергнуть Аристотеля.

Задание. В прошлый раз следовало придумать место действия вашего будущего сериала.

А теперь придумайте пятерых героев, которые по какой-то причине ежедневно приходят в придуманное вами место действия.

Не буду ограничивать в описании героев. Хотите — возьмите за основу трехмерную схему: описание внешности, социальный статус, характер героев. Если считаете нужным — напишите их биографии. Только в каждом комментарии сделайте небольшое напоминание о вашем объекте, например: «место действия — клиника, мой первый персонаж — хромой врач-мизантроп, который считает, что все кругом врут...».

И еще. Не забывайте, что вам предстоит написать об этих героях 150 серий! Пусть это будут интересные герои.

Урок 4. Вертикальный квадрат

На прошлом уроке я рассказал вам о работе сценарной группы над телероманом. Думаю, все заметили, что этот жанр дает сценаристу очень мало возможностей для авторского самовыражения и больше сходен с работой на конвейере. Тем не менее, иногда это может быть и достоинством. Ведь, работая над телероманом, сценарист стабильно имеет кусок хлеба в течение нескольких месяцев, а то и лет.

Сегодня же мы поговорим о жанре, в котором сценаристы более свободны, но и менее защищены. Этот жанр — вертикальный сериал (процедурал). В каждом таком сериале есть один или несколько главных героев, у которых одна цель — узнать тайну. В каждой серии раскрывается одна тайна. Если это детективный, криминальный сериал, расследуется одно дело. Но вертикальный сериал может быть и не детективным. Например, «Доктор Хаус», строго говоря, является медицинской драмой. Однако его сюжет построен по принципу детектива: врачи-сыщики ведут поиски преступника, роль которого выполняет болезнь.

Начнем с героя. В первой части нашего «Букваря» я говорил, что в сценарных кругах есть расхожая формула: «и еще он расследует преступления». Он писатель — и еще он

расследует преступления. Он почтальон — и еще он расследует преступления. Он экстрасенс — и еще он расследует преступления. Он маньяк-убийца — и еще он расследует преступления.

Никого не удивляет расследующий преступления полицейский. Но даже на тему обычного полицейского расследования есть множество вариаций. «Кости»: герои — специалисты по идентификации человеческих останков; «Закон и порядок»: герои — полицейские и прокуроры, поддерживающие обвинение в суде; «Прослушка»: герои — полицейские, ведущие наблюдение за преступниками; «Числа»: герои — полицейский и его брат — математический гений; «Место преступления»: герои — эксперты, анализирующие улики. И т. д.

Расследование в таких сериалах обычно ведут несколько героев. И все они обязательно находятся друг с другом в конфликте. Например, самый простой и едва ли не самый распространенный: герой-детектив попадает в подчинение к женщине-начальнице, которая была когда-то его подругой. Разумеется, они имеют диаметрально противоположные точки зрения по поводу расследования. Они знают слабые стороны и болевые точки друг друга и беззастенчиво этим пользуются. У каждого из них есть свои козыри: у начальницы — ее статус, ум и красота, а у детектива — его обаяние и... допустим, умение стрелять без промаха. В каждой серии они проходят путь от полного неприятия методов работы друг друга до необходимости совместных действий и в итоге — к поимке преступника.

Однако от серии к серии герои и их взаимоотношения практически не развиваются. Если в первом сезоне герой — майор милиции, то и в последнем он — майор милиции. Потому что если он дослужится до генерала, у него резко изменится круг служебных обязанностей. И он уже не сможет, как простой майор, прыгать по крышам и ловить преступников. Так же и во взаимоотношениях: если герои — мужчина и женщина, между ними всегда есть сексуальное напряжение. Создатели сериала стараются это напряжение поддерживать, чтобы зрители гадали: любят они друг друга или нет? И ждали, когда уже между ними все случится. Сериал «Моя прекрасная няня» было интересно смотреть до тех пор, пока сохранялась интрига: любит ли Шаталин няню? Как только стало ясно, что таки да, любит, стало неинтересно. Но уже к тому времени о любви Шаталина и няни стали говорить только что не из утюга...

С точки зрения творчества наличие нескольких главных героев, находящихся в конфликте между собой, дает возможность придумывать новые сюжетные линии, не связанные с основным действием.

Но есть и несколько более практических соображений. Где происходит действие сериалов «Кости», «Числа», «Место преступления», «24» и многих других? В Нью-Йорке, Лос-Анжелесе, Чикаго — в крупных городах. На улицах, в барах, наркопритонах, судах, адвокатских конторах и т. д. Но если вы попробуете с часами в руках сосчитать, сколько времени в каких объектах проводят герои, вы с удивлением обнаружите, что большую часть времени они проводят... у себя в офисе! В лаборатории, полицейском участке, кабинете врача и т. д.

Чем больше объектов — тем дороже. Но зато чем меньше объектов — тем скучнее. Например, сидят двое полицейских, закинув ноги на стол, и обсуждают вчерашний футбольный матч. И интересно ли смотреть такую сцену? Поэтому и приходится создателям сериалов искать разные ухищрения. Одно из них — создание конфликтных ситуаций внутри команды.

Теперь представьте, что два полицейских сидят, направив друг на друга пистолеты. Согласитесь, это заметно оживляет действие.

Кроме того, если в сериале есть два главных героя, то их можно снимать по очереди или одновременно двумя съемочными группами.

Словом, наличие нескольких героев дает немалые возможности, но и создает определенные проблемы.

Например, структура некоторых вертикальных сериалов пытается опровергнуть одно из главных положений поэтики Аристотеля. Думаю, все вы уже знаете, что в любом произведении, протяженном во времени, будь то фильм, песня или книга, должно быть три части — начало, середина и конец. Завязка, кульминация и развязка. 1 акт, 2 акт и 3 акт. Так было всегда и продолжалось до тех пор, пока не придумали вертикальные сериалы, в которых четыре акта.

Четвертый акт в вертикальных сериалах появился тогда, когда производственные задачи стали брать верх над задачами творческими, а именно: необходимость иметь двух главных героев, две одновременно работающие съемочные группы, разбиение одной серии на две (вариант сериала выходного дня — две серии по 44 минуты) или другие чисто практические соображения — так появилась необходимость ввести в одну серию двух равноправных сюжетных линий.

Один из первых сериалов такого типа — «Закон и порядок», в каждой его серии проводятся два расследования: одно полицейское, второе — прокурорское во время судебного слушания. Причем второе не всегда напрямую связано с первым.

В этом случае из первого сюжета выбрасывается развязка, а из второго — завязка. Линии развиваются последовательно, одна за другой:

линия 1-я — завязка;

линия 1-я — кульминация, она же является завязкой линии 2;

линия 2-я — кульминация;

линия 2-я — развязка.

Это самый простой вариант, и когда смотришь такую серию, просто кажется, что закончился один сериал и начался второй. Сюжет, скажем так, немножко гроыхает на стыке. Но есть и более сложные варианты построения. Например, когда обе истории развиваются параллельно:

линия 1-я — завязка;

линия 2-я — завязка;

линия 1-я — кульминация и развязка;

линия 2-я — кульминация и развязка.

В этом случае третьим актом является «ужатые» до одного акта кульминация и развязка первой сюжетной линии, а затем идет кульминация и развязка второй линии.

Примерно так же строятся и серии, состоящие из двух частей:

1 серия

линия 1-я — завязка;

линия 2-я — завязка.

2 серия

линия 1-я — кульминация и развязка;

линия 2-я — кульминация и развязка.

В таких сериалах первая серия зачастую страдает излишней «экспозиционностью», она наполнена событиями, которые не движут действие, а лишь характеризуют героев с той или иной стороны. А вторая серия перегружена событиями, за которыми зритель не успевает следить.

Подобное построение, удобное для производства, создает огромные проблемы для сценаристов. Зритель, посмотрев одну кульминацию и развязку, эмоционально «перегорает», подсознательно чувствуя, что история уже закончена. И не готов смотреть развязку второй истории. Для того чтобы зритель не выключил телевизор после первой развязки, ее искусственно ослабляют, снижают градус эмоций. Создатели всегда вынуждены выбирать: на третий или на четвертый акт всегда придется ослабление зрительского внимания.

Такие сериалы немного напоминают современные истребители-невидимки, форма которых настолько не аэродинамична, что они могут летать лишь при одновременной работе нескольких двигателей, которыми управляет мощный компьютер.

Законы драматургии — штука упрямая. Аристотель плохого не посоветует.

Теперь перейдем собственно к расследованию. Оно всегда развивается по одной и той же схеме.

1. Совершено преступление. Есть пострадавший, свидетель и друг пострадавшего. Забегая вперед, скажу, что преступник — один из них. Почти всегда. Исключения крайне редки. Более того, если в результате расследования выяснится, что убийца — какой-то совершенно посторонний маньяк, который случайно в ту ночь шел мимо и увидел открытую дверь, то зритель будет разочарован. Он должен знать, что преступник все это время был рядом.

2. От свидетеля детектив узнает какую-то информацию. Появляется первая версия событий во время совершения преступления. Эта информация помогает детективу добраться до второго свидетеля или улики, которые полностью опровергают первую версию событий и дают новое направление и возможность сформулировать вторую версию. Это первый сюжетный поворот.

3. Детектив движется в полученном новом направлении и находит второго свидетеля или улику, которые снова разрушают его версию и дают новое направление. Это второй сюжетный поворот.

С этого момента в некоторых детективах главный герой уже знает, кто преступник. А зрители — еще нет.

4. Затем детектив предпринимает некое действие, которое полностью разоблачает настоящего преступника, — развязка. И преступником оказывается (см. выше) — друг пострадавшего, первый свидетель или сам пострадавший.

За время следствия детектив рассматривает всего три версии — две оказываются ложными и одна верной.

На первый взгляд все очень просто. Даже хочется как-нибудь, ну, усложнить, что ли. А почему бы не добавить еще пару ложных версий? Пусть их будет не две, а четыре. Пусть сыщик помучается, а зрители получают в два раза больше удовольствия, наблюдая за расследованием.

Не тут-то было! Зрители выключают телевизор со словами «какое занудство!». Дело в том, что трехактная структура тем и хороша, что сюжетные повороты, увеличивающие зрительский интерес, приходится как раз в тех местах, где зрительский интерес падает. Но если их перетащить в другое место в сценарии, эти сюжетные повороты не достигнут цели.

Пожалуй, стоит добавить, что сценарист, который работает на таком сериале, как правило, пишет весь сценарий: заявку, синопсис, поэпизодник, диалоги, следовательно, он имеет немного больше свободы для творчества, чем при работе в сценарной бригаде телеромана. Но, с другой стороны, если он не придумал хорошую идею серии — у него нет и серии. Поэтому в социальном плане он менее защищен.

Это все, что я хотел рассказать о вертикальном сериале.

На следующем уроке мы поговорим о ситкоме. Я расскажу вам, кто такой усмешнитель, и почему ситком почти всегда становится братской могилой сценаристов.

Задание на этот раз такое: работая над вашей заявкой, вы уже придумали место действия, героев, которые каждый вечер встречаются в этом месте действия. А теперь давайте проверим ваших героев на жизнеспособность.

Какие конфликты могут быть между героями? У каждого героя должна быть возможность вступить в конфликт с любым другим героем. У ваших героев есть такая возможность? Если нет — придумайте ее.

Принцип понятен?
Действуйте.

Урок 5. Это просто смешно!

На прошлом уроке я рассказал о том, как строится сюжет детективного сериала. Возможно, кому-то эта схема может показаться слишком простой и стандартной. Действительно, сериал — это конвейерное производство. Но на конвейере можно собирать «Жигули», а можно — «Феррари».

Сериальный конвейер — весьма сложный и тонкий механизм, нуждающийся в постоянной настройке. К сожалению, иногда руководители каналов и продюсеры забывают об этом, например, когда запускают продолжения популярных сериалов, в которых исчерпаны все возможности развития сюжета, использованы все ходы и разрешены все конфликты. Но не будем о грустном. Будем о веселом. О ситкоме.

Ситком, или ситуационная комедия, — это комедийный сериал, в котором, как правило, есть одно или несколько неизменных мест действия, несколько постоянных основных героев, и каждая серия представляет собой законченную историю, не связанную по сюжету с предыдущими и последующими сериями. Этот жанр родился на радио в 1920-х годах прошлого века, в 1970-х он пришел на телевидение. Первый российский ситком «Клубничка» был снят в 1996-м году и прошел без особого шума. В России этот жанр получил настоящее признание только после оглушительного успеха сериала «Моя прекрасная няня».

В отличие от детективных сериалов и мелодрам, имеющих формат 44—52 минуты, ситком гораздо короче — 22—24 минуты. Это связано с тем, что зритель быстрее утомляется от такой сильной эмоции, как веселье (и кстати, это же правило касается страха, фильмы ужасов заметно короче, чем детективы или мелодрамы). Попробуйте посмотреть подряд несколько серий любого ситкома. Очень скоро вы заметите, что шутки уже не кажутся вам такими смешными, а вскоре они и вовсе начнут раздражать. Герои покажутся плоскими, сюжеты шаблонными. Ушла эмоциональная волна — и сериал сразу перестал нравиться.

Малый хронометраж диктует свои ограничения. Зритель должен с первых же минут понимать роль каждого героя в истории и не отвлекаться на сложные перипетии. Главное здесь не история и не тонко выписанные характеры персонажей. Главное здесь — шутки. Считается, что в сценарии ситкома должно быть 4—5 шуток на страницу. В некоторых ситкомах встречаются большие сцены со сложными и в то же время невероятно

смешными перекрестными диалогами (например, в отличном американском сериале «Теория большого взрыва»). Но обычно диалоги в ситкомах строятся из «кирпичиков» по три реплики:

вопрос → ответ → комментарий по поводу ответа.

При этом предполагается, что уже ответ должен вызвать смех, а комментарий должен стать смысловым «пуантом» всего диалога и вызвать взрыв смеха. Например:

ИНТ. БАР. ВЕЧЕР. Герой входит в бар с удочкой в руках.

БАРМЕН

Зачем тебе удочка?

ГЕРОЙ

Собираюсь поймать какую-нибудь симпатичную рыбку.

БАРМЕН

Смотри не поймай симпатичного полицейского.

Придумывать действительно смешные шутки невероятно трудно (кстати, я в курсе, что шутка, приведенная выше, не смешная). Поэтому ситкомы, как правило, никогда не пишет один автор — всегда работает команда. Но в отличие от телеромана, в сценарной бригаде ситкома нет разделения на сюжетчиков и диалогистов.

Сценаристы собираются за столом и устраивают мозговой штурм, придумывая шутки, шутки, шутки. Некоторые из них смешные, некоторые — нет. Пока вся группа упражняется в остроумии, кто-нибудь один сидит с ноутбуком и записывает. Потом он идет домой и дорабатывает серию, придавая ей более или менее законченный вид. Потом снова собирается вся группа, читает сценарий, ругает человека с ноутбуком за то, что он извратил их гениальные шутки, и придумывает новые. В итоге получается некий первоначальный вариант сценария, который отдают актерам. Актеры устраивают читку сценария. При этом обязательно присутствует один сценарист, который слушает и помечает, какие шутки остались такими же смешными, когда их произнесли актеры, а какие — не воспринимаются на слух. Бывают такие шутки: читаешь на бумаге — смешно, попробуешь произнести вслух — какая-то чушь. Чтобы эта чушь не попала в эфир, сценарист тут же дорабатывает сценарий. Затем актеры репетируют сцены со зрителями. И снова сценарист прислушивается: смеются ли зрители, все ли шутки они понимают? Если что-то не работает — значит, нужно снова вносить поправки. Это очень замедляет работу, но делает сериал действительно смешным.

В России такой метод считается слишком дорогим. У нас никто не будет возиться с актерами и сценаристами целую неделю, чтобы получить 22 минуты, пусть и высококлассного, телевизионного зрелища. Для упрощения и удешевления работы над юмористическими сценариями, у нас берут усмешнителя — человека, который читает готовый сценарий и «усмешняет» его, то есть придумывает для него новые шутки. А проверяют его работу сразу на телезрителях. Есть рейтинг у сериала — значит, хороший усмешнитель. Рейтинг падает: усмешнителя переводят на галеры — диалогистом на телероман.

Герои, темы и сложность шуток зависят от аудитории, которой адресован сериал. Чем проще шутки и чем более узнаваемы герои — тем шире аудитория. Например, прекрасный, очень умный и тонкий сериал «Студия 60» о буднях работников телевизионного скетч-шоу провалился. А пародия на него — «30 rock», простоватая и грубоватая, имеет бешеный успех.

Сериалы «Друзья» и «Как я встретил вашу маму», в которых действуют обычные ребята, как ты да я, — очень популярны. А «Компьютерщики» — о чокнутых сисадминах — имеет культовый статус лишь в очень продвинутых кругах телегурманов.

Дело в том, что восприятие юмора очень сильно зависит от культурных традиций. Язык юмора, в отличие от языка любви, не является интернациональным. Вспоминается история про одного видного советского кинодеятеля, который однажды целый вечер пытался развеселить Акиру Куросаву. Бедняга целый вечер травил анекдоты. Куросава выслушивал перевод и кивал с каменным лицом. В отчаянии кинодеятель собрался уходить и стал искать свои очки. И с ужасом обнаружил, что он на них сидел. И вот когда Куросава увидел раздавленные очки, он начал так смеяться, что не мог успокоиться до конца вечера. Дело в том, что в культурной традиции японцев могут быть смешны раздавленные очки, а в нашей — русский, немец и поляк в пустыне.

Впрочем, от интеллектуального уровня зрителей тоже многое зависит. Например, Эйнштейн придумывал формулы, простота и изящество которых вызывала смех и аплодисменты коллег. Ясное дело, что понять теоретически-физический юмор великого ученого и посмеяться могли от силы человек пять в мире.

А вот вам такая история. Шофер, который однажды вез Эйнштейна на лекцию в какой-то отдаленный университет, сказал ему: «Я так много вас возил, что могу прочесть вашу лекцию за вас». — «Попробуй», — сказал Эйнштейн. Они поменялись местами, приехали в университет, шофер под аплодисменты встал за кафедру и прочитал слово в слово лекцию Эйнштейна. И тут один ученый поднял руку и попросил лектора решить какую-то невероятно сложную формулу. Шофер не растерялся и сказал: «Это так просто, что с этой формулой справится даже мой шофер». И поманил Эйнштейна, который скромно сидел в заднем ряду. Эйнштейну ничего не оставалось, как выйти и решить формулу.

Думаю, этот анекдот поймут и сочтут забавным уже больше, чем пять человек.

Как вы думаете, что знает об Эйнштейне подавляющее большинство жителей нашей планеты? Что это какой-то ученый, который однажды показал язык фотографу — это самая простая и самая понятная шутка Эйнштейна.

Мораль этого научного экскурса такова: когда собираетесь пошутить, подумайте, поймет ли зритель вашу шутку, не сочтет ли он ее оскорбительной и, наконец, будет ли она для него смешной.

Теперь поговорим о героях и сюжетах ситкомов. Они столь типичны, что существуют готовые классификации (цитирую по Википедии):

Базовые сюжетные принципы:

«Рыба без воды» — герой окажется в непривычных условиях (няня Вика в семье продюсера Шаталина в «Моей прекрасной няне», инопланетяне на Земле — в «Третьей планете от солнца»).

Контраст — герои, настолько сильно отличаются друг от друга, что само их соседство создает комический эффект (блондинка Пэнни и молодые гении в «Теории большого взрыва»).

Ненадежный рассказчик — герой с юношеским, незрелым восприятием ситуации (например, инфантильные «Компьютерщики»).

Пародия — герои оказываются в ситуациях, которые развиваются по канве хорошо известных зрителю историй (например, когда герой пытается вести себя, как шпион или супергерой).

Основные персонажи: Наивный дурачок, Резонер, Придурок, Антагонист, Роковая женщина, Казанова, этнический или региональный стереотип.

Второстепенные герои: Назойливые соседи, Сумасшедшая жена и ее несчастный муж, Скряга, Добрый неудачник, Грубый слуга, Герой, который никогда не появляется на экране, Заботливый отец, Навязчивые родственники.

Сюжетные ходы.

Многие комедийные ситуации в ситкомах основываются на лжи героя или сокрытии правды.

Самые популярные случаи лжи:

- попытка спрятать вопиющую ошибку или неправильное поведение в какой-либо ситуации;
- попытка защитить близких и друзей от плохих новостей;
- попытка «исправить» ошибку, пока ее не заметили;
- попытка скрыть трещину в отношениях;
- попытка сохранить преимущество;
- попытка одурачить кого-то;
- попытка вернуть украденное имущество, пока никто не узнал о краже;
- попытка спрятать уничтоженное имущество, пока никто не узнал о его уничтожении;
- попытка игнорировать кого-то из героев;
- попытка восстановить вариант событий;
- попытка удержать ситуацию ложью, тем самым сделав ее хуже.

Большинство ситкомов используют какую-либо из вышеуказанных форм лжи. Также достаточно часто употребляются некоторые из этих принципов:

- один или несколько героев переходят в другое окружение, с целью «вернуться туда, откуда они пришли»;
- герой решает изменить свое тело, свои привычки или что-то еще для того, «чтобы чувствовать себя нормально»;
- герой принимает участие в конкурсе или гонке;
- герой получает ответственную должность на работе и не может с ней справиться;
- появляются новоприбывшие или незнакомцы, что и меняет отношения между главными героями;
- праздничный эпизод, например Хеллоуин или Рождество;
- герой думает, что другой персонаж собирается умереть и пытается всячески угодить ему, на что второй думает, что у него есть преимущество;
- мужчина и женщина обмениваются своими ролями, чтобы что-то доказать друг другу или кому-либо другому, но возвращаются к своим функциям.

От себя добавлю такой распространенный сюжет: мужчина отправляется на свидание одновременно с двумя девушками, вынужден метаться между двумя столиками, и в конце концов допускает ошибку.

Это все, что я хотел рассказать о ситкоме. Надеюсь, вам не показалось, что написать хороший смешной сериал просто. Тысячи людей знают наизусть все сюжетные ходы в ситкомах, а действительно смешных сериалов единицы.

Больше скажу. Заставить зрителя заплакать — пара пустяков. А вы попробуйте-ка заставить его засмеяться!

Домашнее задание на этот раз такое: у вас уже есть место действия и есть герои. Попробуйте придумать историю. Не весь сериал, а одну серию. Первую. И напишите синопсис. Не слишком подробный. На одну страницу. Но чтобы в нем было понятно, о чем история, какие конфликты и какие повороты.

На прошлом уроке мы закончили наш краткий обзор жанров телевизионных сериалов. Сегодня мы поговорим о жанре относительно новом — интернет-сериалах.

По значимости для развития коммуникаций появление технической возможности выкладывать и смотреть видео в Интернете можно сравнить с появлением кино в конце XIX века. Разница лишь в скорости развития. Кино прошло путь от балаганного развлечения до высокого искусства Гриффита за двадцать лет. Интернет-кино прошло тот же путь за два-три года — от ролика «Я и зоопарк» до фильмов Нэша Эджертон и сериалов «Убежище» и «Изнанка».

В настоящее время на Западе индустрия интернет-кино — это вполне почтенная отрасль, приносящая около миллиарда долларов прибыли ежегодно. В этой индустрии работают профессионалы, пришедшие из кино и с телевидения, снимаются звезды первой величины.

Россия пока от Запада отстает, хотя и незначительно — на год-полтора. Причина отставания: в России меньше компьютеров на душу населения, медленнее и дороже Интернет, а главное — очень неразвитый рекламный рынок. Тем не менее, если в прошлом году весь российский рынок интернет-видеорекламы оценивался в 2 миллиона долларов, прогноз на 2009 год — 8 миллионов. При этом кризис, возможно, скорректирует эти цифры в сторону увеличения, поскольку рекламодатели уходят с ТВ, выбирая более дешевые и эффективные площадки.

Профессии сценариста интернет-кино и интернет-сериала пока в России нет. Во всяком случае, не так много людей, которые зарабатывают деньги написанием сценариев для интернет-сериалов. Однако вполне вероятно, что в ближайшее время потребность в такой профессии появится.

Пока же Интернет — самый простой способ заявить о себе для начинающего кинематографиста.

Попытки выкладывать видео в Интернет были и в конце 1990-х, но все это было очень громоздко, неудобно и из-за медленного трафика скачивалось часами.

Эта история началась в незапамятные времена: четыре года назад, в одно недоброе утро в начале января 2005 года. Утро было недоброе, потому что накануне была новогодняя вечеринка. Юный компьютерный гений по имени Стив Чен продрал глаза, взял свой телефон, посмотрел снятое накануне видео и понял, что вечеринка удалась. Он позвонил своему приятелю Чаду Харли и сказал: «Чувак, ты не представляешь, что мы вчера вытворяли. Хорошо, что сохранилось видео, а то я ни фиги не помню». Разумеется, Харли, как настоящий друг, захотел немедленно посмотреть пресловутое видео.

Следующие несколько часов парни отчаянно бились, пытаясь переслать видео через Интернет. И в этот день они решили сделать такой сайт, на котором любой придурок мог бы легко выложить видео с вечеринки. Даже дрожащими с похмелья руками. Сайт они назвали YouTube. YouTube был разработан в феврале 2005-го, а еще через три месяца открыт для свободного доступа. На первых порах он не привлекал особого внимания пользователей. Первый ролик, размещенный на YouTube 23 апреля 2005 года, назывался «Me and Zoo».

К концу 2005 года, в декабре, на YouTube приходили 3 миллиона посетителей в день, в январе 2006 года — 10 миллионов посетителей, а в апреле — уже 50 миллионов. В то время создавались сотни видеосервисов. Однако лишь Харли и Чен сорвали банк. Дело в том, что их сайт был: 1) простой, 2) удобный, 3) без обязательной рекламы. Вопрос

рекламы был одним из важных ключевых. Когда людей принуждают смотреть обязательную рекламу, да еще вставляют в их ролики, люди с сервиса уходят. Создателям YouTube тоже предлагали вставлять 15-секундные ролики в начало каждого клипа. Харли и Чен отказывались, боясь оттолкнуть аудиторию. Поэтому первое время увеличение трафика приносило им не прибыли, а убытки, которые росли с каждым днем. В начале 2006 года они сломались и разместили на сайте небольшую текстовую рекламку, снабдив ее извинением: мол, ребята, извините, нам срочно нужны деньги, чтобы починить кран в офисе.

Они понимали, что нужно искать совершенно новый подход к размещению рекламы. Такой, который не отпугнет посетителей.

Например, спонсорство конкурсов. Крупные компании вроде «Американ Экспресс» и «Нестле» выступили организаторами конкурсов роликов, тематически связанных с их товарами. «Американ Экспресс» запустила программу для режиссеров-любителей под названием «My Life, My Card» и получила 1700 роликов.

Сегодня на долю видео приходится около 60% интернет-трафика, и этот показатель будет расти. YouTube входит в десятку самых популярных сайтов мира. Около года назад Google выкупила YouTube, заплатив за нее \$ 1,65 млрд. В ноябре 2007 года YouTube запустил русскую версию портала по адресу <http://ru.youtube.com>. Первый ролик, который там появился, — клип Петра Налича.

Некоторые пользователи YouTube стали известны за пределами сети. К примеру, пользователь esmeedenters, снимавшая любительские видеоклипы на свои песни, заключила контракт с компанией Джастина Тимберлейка.

Казалось, интернет-видео ждет блестящее будущее. Но вскоре интернет-энтузиастов ждали сразу два неприятных сюрприза.

Первыми под удар попали рекламодатели, которые уже подсчитывали барыши от бесплатного «вирусного» — от пользователя к пользователю — распространения своей рекламы.

Пользователи оказались совершенно неуправляемыми. Крупная автомобильная компания объявила конкурс любительского видео, выделила деньги, назначила приз, а пользователи стали монтировать ролики, в которых издевались над машинами, произведенными этой компанией. Издевательские ролики смотрели миллионы людей, что наносило огромный вред репутации этой компании, которая заплатила деньги за рекламу.

Похожая история произошла с каналом CNN, который тоже в ответ на рекламную кампанию в Интернете получил массу обвинений в фальсификациях и подтасовках.

Второй удар постиг киноиндустрию, которая возложила на Интернет слишком большие надежды. Некоторым продюсерам казалось, что Интернет — это неиссякаемый источник бесплатного креатива.

Мировые кинопроизводители были настолько очарованы возможностями YouTube, что, казалось, вот-вот все всемирно известные режиссеры и актеры отправятся на пенсию, а их место займут люди с трудно произносимым ником из Интернета. Были объявлены десятки конкурсов на лучшее видео в Интернете. В России режиссер Балабанов в поисках идей отсматривал сотни видеороликов, собираясь снимать фильм под названием «Кино». И что вы думаете, большая часть этих роликов оказалась полной чушью! А создатели действительно удачных роликов не могли повторить свой случайный успех, даже когда им предлагали деньги.

2007 год стал годом разочарования в Интернете как в коллективном творце.

Стало понятно, что историю Интернета творят личности, которые сразу оказываются на виду. Один из таких героев — режиссер Нэш Эджертон. Он начинал как актер, снялся в эпизоде «Матрицы» в роли безымянного охранника, но очень хотел стать режиссером. И стал снимать ролики для интернета.

Его ролик «Паук» стал одним из самых популярных видео на YouTube, побил рекорда продаж на iTunes, затем вышел на DVD. В конце прошлого года вышел первый полнометражный фильм Нэша Эджертона «Сквер». Вот яркий пример того, как, правильно используя Интернет, человек добивается успеха в большом кино.

К концу 2007 года стало понятно, что долговременный успех в Интернете — это дело профессионалов. И профессионалы взялись за дело.

2007—2008 годы за Западе — начало бума интернет-сериалов.

США. В конце 2007 года в Интернете прошла премьера сериала «Убежище». Сериал был настолько успешен, что была снята телевизионная версия, правда не очень удачная.

Аргентина. В ноябре 2008 года состоялась премьера интернет-сериала «Аманда О». В главной роли снималась Наталья Орейро.

Великобритания. 2 февраля был запущен самый высокобюджетный английский интернет-сериал «Изнанка» (Beyond The Rave) — вампирский фильм ужасов. Бюджет фильма составил 500 000 фунтов стерлингов (около \$730 000). Сериал состоит из 20 серий продолжительностью 4—5 минут каждая. Первой настоящей кинозвездой мирового уровня, которая решила сниматься в интернет-сериале, стала Вупи Голдберг, которая около двух лет назад заявила об уходе из большого кино. Она исполнила роль главной героини нового онлайн-сериала «Stream». Этот проект стартует на канале Youtube Fear net, и будет транслироваться исключительно в Сети. Это история о женщине, которая, в отличие от всех, помнит не прошлое, а будущее. Как видите, у интернет-сериалов большое будущее. А самое главное, практически любой творческий человек имеет шанс найти свое место в этом будущем.

Это все, что я хотел рассказать вам о западных интернет-сериалах.

На следующем уроке мы поговорим о том, что происходит с этим жанром в России. У нас ситуация отличная не только технологически, но и, если можно так выразиться, мировоззренчески.

Задание на этот раз такое. Продолжим разработку вашего сериала. У вас уже есть место действия, герои и сюжет первой серии. Попробуем немного «потрогать» героев. Посмотреть, как они себя ведут, как говорят. Напишем сцену. Это может быть первая сцена из вашего сериала или сцена, которую вы считаете важной, — словом, любая сцена из вашего сериала.

Урок 7. Российские интернет-сериалы

Как я уже говорил, развитие интернет-проектов в России идет с запаздыванием на год-два по объективным причинам: меньше охват населения, меньше скорость трафика, выше его цена. Однако кое в чем мы опережаем Запад. Например, в Америке лишь в прошлом году интернет-сериал впервые пробился на телевидение («Убежище»). У нас же это случилось впервые еще шесть лет назад. Созданный питерским художником Олегом Куваевым сайт

Мульт.ру и его героиня Машенька стали настолько популярны, что Леонид Парфенов пригласил их в программу «Намедни».

В России именно мультипликаторы стали первопроходцами в жанре интернет-сериалов. Дело в том, что шесть-семь лет назад видеокамеры были далеко не в каждом доме. А сто рублей на пиратский диск с программным обеспечением для флэш-анимации — в каждом.

Еще одна особенность российского интернет-бизнеса: он почти всегда обращен не к потребителю, а к рекламодателю. Мне случалось видеть информационный сайт, на котором весь первый экран был занят рекламой. Тем, кто хотел прочитать новости, нужно было листать страницу дальше. Возможная негативная реакция читателей не пугала владельцев сайта — лишь бы рекламодатели были довольны.

То, чего избегали создатели YouTube, наши видеохостеры делают, как нечто само собой разумеющееся. На сайтах Intv.ru и Tvigle.ru перед началом каждого видео вмонтирован рекламный ролик, который нельзя перемотать. За подобное отношение зрители платят сторицей. Они просто перестают смотреть такое видео. Та же Машенька, после весьма скандальной истории с ее монетизацией, растеряла всю свою былую популярность и кончила телекарьеру в качестве ведущей на кабельном музыкальном канале, а потом, не солоно хлебавши, вернулась в Интернет.

Еще одна характерная история. В 2006 году был создан российский клон YouTube — сайт Rutube.ru. В 2008 году сайт был куплен компанией «Газпром-медиа». Сумма сделки около 15 миллионов долларов. В случае с YouTube сервис купила высокотехнологичная компания Google, в нашем случае — дочернее предприятие нефтяной компании. Вопрос: зачем Газпрому «Rutube»? Чтобы было? Бизнес-логики в этой сделке нет. «Газпром» хочет вирусную рекламу в Интернете? Так это стоит примерно в 150 тысяч раз дешевле.

В 2007 году все ведущие СМИ страны начали разработку собственных видеогрупп. Они есть у «Коммерсанта», «Ведомостей», «Комсомольской правды» и др. Сегодня для онлайн-СМИ почти неприлично не иметь собственного видеосервиса.

Чуть больше года назад запустилось первое в России интернет-телевидение — канал «Russia.ru».

К работе этого канала можно относиться по-разному, очень часто сотрудники компании работают на грани фола, тем не менее это большое событие в медиамире, полностью изменившее ситуацию с видео в Интернете. Прежде пользователей не устраивало качество видео в Интернете. То, что HD-разрешение (1280×720 точек) становится стандартом для интернет-видео — заслуга Russia.ru.

После появления Russia.ru уже нельзя просто снимать на любительскую камеру и выкладывать ролики безо всякого монтажа. Неприлично.

Один из самых популярных проектов Russia.ru — сериал «Журфак», о жизни современных московских студентов. Серии сняты в разных жанрах, это и реалити, и репортаж, и скетчи: «Телефонная драма» <http://russia.ru/video/zhurfak5/>

Однако рекорд популярности в Рунете пока принадлежит сериалу «В контакте с одноклассниками» — два миллиона просмотров. Этот сериал сделала компания «Tvigle» вместе с брендом «Timotei Men».

Премьера проекта состоялась год назад, а в декабре 2008 года вышел второй сезон сериала.

Из официального пресс-релиза:

«В контакте с одноклассниками» — это сатира на современную реальность, жанр, на сегодняшний день практически отсутствующий в телевизионных СМИ. Суммарно в съемках 12 серий приняли участие более 50 актеров — главных персонажей проекта. Сериал ориентирован в первую очередь на состоявшихся мужчин в возрасте 25—40 лет и затрагивает модные темы общения с друзьями и одноклассниками как в реальной жизни, так и в социальных сетях. «Timotei Men» — один из первых брендов на FMCG-рынке России, активно использующих для продвижения своих продуктов такой инновационный способ, как медиаспонсорство профессиональных видеопродуктов в интернете. «Результатом нашего сотрудничества уже стал активный рост продаж линии „Timotei Men” — на данный момент мужские шампуни и гели для душа лидируют по уровню продаж среди всех шампуней и гелей для душа „Timotei”», — говорит бренд-менеджер «Timotei» Виктория Павлова.

(См.: «В контакте с одноклассниками»

<http://www.tvigle.ru/category/comedy/vkso>)

Российские интернет-сериалы имеют несколько принципиальных отличий от западных аналогов. Не будем сейчас говорить о бюджете, картинке, игре актеров, монтаже и прочем.

Главное отличие — жанровое. Западные интернет-зрители зрители предпочитают фильм ужасов. Российские — комедию.

На Западе люди более защищены от стрессов. Грубо говоря, их жизнь скучна, размерена, предсказуема и бедна эмоциями. Эмоциональный голод лучше всего утолять острыми блюдами, например страхом. Поэтому фильмы ужасов, столь популярные на благополучном Западе, не приживаются у нас, где зрители могут наблюдать хоррор в чистом виде каждый пятничный вечер, открыв окно во двор.

Поэтому-то российские зрители и предпочитают даже очень плохую комедию очень хорошему фильму ужасов.

Это правило распространяется и на интернет-зрителей, ведь они отличаются от теле- или кинозрителей лишь одним — они более взыскательны.

Когда человек приходит в кино, платит деньги за билет, покупает попкорн и садится в кресло, создатели фильма должны сильно ему не угодить, чтобы он встал и ушел из зала. Телезрителю проще: не нравится программа, нажал на пульт — и нет программы.

А теперь представьте себе зрителя интернет-ролика. Он сидит на работе, у него куча дел, на горизонте маячит начальник, вокруг злобные и любопытные коллеги. Такого зрителя нужно крепко зацепить, чтобы он забыл и о делах, и о начальнике, и о коллегах.

Какие еще особенности нужно учитывать при создании интернет-сериала?

Не у всех пользователей есть наушники и колонки, не всегда удобно смотреть видео на работе со звуком. Следовательно, лучше снимать немое кино или такое, в котором все понятно без звука.

Из-за низкого качества «картинки» плохо смотрятся частые смены планов. Чем меньше монтажных склеек, тем лучше.

Оптимальный размер ролика от 4 до 7 минут. Экспозиция, завязка, кульминация и развязка должны быть предельно сжаты.

Если вы не заинтересовали зрителя за первые 15 секунд, он переключается. Если во время просмотра ролика зрителю было интересно, а финал разочаровал — он напишет комментарий: фу, гадость. И другие пользователи не будут его смотреть. Только если

ролик сразу заинтересовал зрителя, заставил его смотреть, не отрываясь, и огорошил финалом, зритель пошлет ссылку своим злобным и любопытным коллегам.

Информация к размышлению: в 2008 году объем рынка видеорекламы в России составил два миллиона долларов, в следующем году эксперты ожидают четырехкратный рост — до восьми миллионов. Как вы думаете, какая часть достанется сценаристам интернет-сериалов?

На следующем уроке я расскажу о том, как написать такую заявку сериала, чтобы ее оторвали с руками.

Урок 8. Заявка

На прошлом уроке мы закончили обзорную экскурсию по теле- и интернет-сериалам. Сегодня мы поговорим о том, как продать сценарий сериала. Сделать это очень просто. Конечно, при условии, если у вас есть классная идея, герои и сюжет. Если все это есть — вам не составит труда написать классную заявку.

Считается, что продюсеры не читают сценариев. Еще как читают! Но сначала они читают заявки. Если вы хотите продать полнометражный сценарий, его нужно сначала написать. Но и в этом случае продюсер захочет сначала ознакомиться с синопсисом, и, если история его заинтересует, — прочтет сценарий.

На телевидении основной движущей силой любого проекта является заявка. С нее все начинается, и очень часто ею все и заканчивается.

Если сценарист хочет преуспеть на телевидении, он должен уметь написать заявку в любое время в любом состоянии и на любую тему.

Не всегда заявка имеет самостоятельную ценность. Иногда канал отказывается от сильной заявки, написанной незнакомым автором, в пользу слабой заявки, поданной маститым кинодраматургом или кинокомпанией, которая давно работает на рынке. И не стоит осуждать каналы за это — телена начальники люди опытные, они знают, что опытный мэтр, получив аванс и раскочегарившись, даже из слабой заявки сможет сделать крепкий сценарий. А незнакомый автор, который случайно придумал интересную идею, почти наверняка завалит работу, когда перед ним замаячат сроки и производственные ограничения.

Вот, к примеру, заявка, написанная много лет назад, правда, не для телевидения, а для «Союзмультфильма»:

Л. Петрушевская, Ю. Норштейн
СКАЗКА СКАЗОК
Заявка

Это должен быть фильм о памяти.

Помните, какой длины были дни в детстве?

Каждый день стоял сам по себе, сегодняшнее исполнялось сегодня, а для завтрашнего счастья отводился завтрашний день.

Все истины были простыми, все новые предметы повергали в изумление, а дружба и товарищество стояли превыше всего.

То вечное откладывание жизни на завтра, которое постигает многих с возрастом, та жизнь абы как, дружба не дружба, радости, не узнаваемые как радости, — от солнца, снега, ветра, гуляние, от вымытой гладкой тарелки, от собак, кошек — это пережидание судьбы пусть нас минует.

Не об этом фильм.

Это должен быть фильм с поэтом в главной роли, причем не обязательно поэт появится на экране, может появиться его стихотворение — такое, как Сказка сказок Назыма Хикмета (перевод Музы Павловой):

Стоим надо водой —
солнце, кошка, чинара, я и наша судьба.

Вода прохладная,
чинара высокая,
я стихи сочиняю,
кошка дремлет,
солнце греет.

Слава богу, живем!

Блеск воды бьет нам в лица —
солнцу, кошке, чинаре, мне и нашей судьбе.

И должна появиться на экране кошка, любвеобильное, памятьливое существо, и одинокий башмак-разнопарка, найденный детьми в мусоре, — кто бы мог его там поставить, новый, с целой подметкой башмак? И тот пень березовый, который, как у Твардовского говорится, весной «зальется пеной розовой», и все окрестные бабочки, жуки и худые перезимовавшие пчелы слетятся на пир. Пойдет дождь, напитает землю, наполнит ботинок, пень, вымоет булыжную мостовую, и в конце улицы встанет и будет долго стоять вечерняя заря...

Белье на веревках, бык с кольцом в ноздре, полный ужасных, гибельных страстей; дяденька на деревяшке с одной ногой, наш сосед, пришедший так с войны... Наш сосед в одном ботинке...

Все это может быть организовано в простой сюжет, но сюжет особенный, сюжет-гармошку, раздвигающийся, расширяющийся, а в конце сведенный к одному простому звуку: «Живем».

Потому что наше детство пришлось на конец войны, и мы вечно должны помнить, что счастье — это каждый мирный день. Каждый день.

Думаю, все видели фильм «Сказка сказок»? От заявки в готовом фильме почти ничего не осталось. Что же, получается, что Юрий Норштейн и Людмила Петрушевская обманули руководство? Конечно же, нет.

Создавая заявку, авторы показали направление, в котором они собираются двигаться в работе над фильмом. И они не скрывали, что собираются зайти в этом направлении очень-очень далеко. И руководители студии, принимая решения о запуске картины, учитывали не только заявку, но и личность авторов — Юрия Норштейна, Людмилы Петрушевской и художницы Франчески Ярбусовой. Я даже думаю, что руководителям «Союзмультфильма» самим было интересно, как далеко на этот раз зайдут эти сказочники.

А вот другая заявка, тоже написанная в советское время. Попробуйте угадать, не заглядывая в конец заявки, кто авторы фильма и под каким названием он в итоге вышел.

ЗАЯВКА НА ФИЛЬМ «ИСПОВЕДЬ»

Замысел будущего фильма сложен. По своей конструкции, по методу разработки и постановки картина не будет похожа на обычные фильмы...

Будущий фильм будет о матери, любой матери, способной заинтересовать авторов. Как и все матери, она наверняка прожила большую, интересную жизнь. Это должна быть обыкновенная история жизни с ее надеждами, верой, горем, радостями.

Мы убеждены, что если мы имеем дело с человеком, честно прожившим свою жизнь, фильм такого рода не может быть неинтересным.

Первым этапом работы над фильмом является составление анкеты — это чисто сценарная работа, которая заранее провоцировала бы ее отвечать на наши вопросы так, как нам нужно. Сниматься все это должно скрытой камерой. Построение вопросов анкеты, их общая тенденция, их связь с биографией, с отношением к людям и разного рода социальным явлениям — все это должно быть строго продумано нами и взято как рабочая программа.

При всем разнообразии этих вопросов, самым важным для нас представляется выяснение, эмоциональная и идеологическая оценка тех побудителей, тех социальных и нравственных сил, которые были как бы мотором именно этой конкретной жизни.

Человек, родившийся до революции, переживший Отечественную войну и многое другое, так же как и другие его современники, является осколком своего времени; на нем следы этого времени, следы раздумий, память поступков, зазубрины тягостей и, самое главное, что нас сейчас больше всего интересует, сложившаяся, организованная характером и временем, система опыта и памяти. Да, миллионами таких людей построено наше общество, выращены дети. Мы не можем гнушаться опытом ни одного из этих людей, жизнь которых была молекулой жизни нашего общества. И то, что является для нас самих важным — принцип духовной организации нашего общества, мы прослеживаем на составной и равноправной судьбе одного человека. Человека, которого мы знаем и любим. Имя которого — мать. В конечном счете все мы, живущие на свете, в какой-то степени испытываем чувство долга по отношению к нашим матерям. Это чувство не всегда выражается определенно. Нередко мы забываем о нем. Поэтому обращение общественного внимания на эту проблему — стимулирование внимания — нам представляется очень важным.

После составления и утверждения анкеты мы снимаем эти диалоги с матерью. Для этого необходим ведущий. Кто именно должен быть этот человек, мужчина или женщина, психиатр или электромонтер, художник или артист, пока является вопросом открытым. Важно, чтобы это был человек со своим «я», человек, умеющий разговаривать с людьми, и, главное, умеющий оценить степень откровенности и участвовать в этом диалоге не просто как человек, затвердивший несколько вопросов, а как личность, для которого максимальная степень глубины в решении каждого из больших вопросов, задаваемых героине фильма, так же важна, как и для авторов.

Первая часть работы над картиной, анкета то есть, концентрирование жизни, интересна уже сама по себе. Там могут быть самые разные вопросы. К примеру, «самое важное событие в Вашей жизни», «что Вам больше всего запомнилось в жизни?». Она может ответить на эти вопросы, а может отказаться от ответа, что тоже очень интересно. Или так: «расскажите о самом тяжелом моменте в Вашей жизни», «самом трагическом». Допустим: «верите ли Вы в Бога?» — «Верю». — «А почему?», или «Не верю». — «А почему Вы не верите? Вы же родились в 1908 году, например, Вас так воспитывали?» и так далее. То есть мимо нас не должно пройти ничего, что волнует современного человека. Проходит накопление этих вопросов. Мы должны иметь возможность снимать «интервью» где угодно. Мы, очевидно, будем выбирать места для диалога по определенному замыслу, в определенной связи с характером вопросов. Это должно нам

дать в окончательном монтаже дополнительную эмоциональную информацию. Может быть, некоторые диалоги можно будет провести на местах, связанных с определенными событиями в жизни матери. Эта часть фильма должна быть абсолютно репортажной по структуре производства. Сама анкета-репортаж должна, очевидно, сниматься несколькими камерами. Хотелось бы в движении, на ходу, чтобы легче было потом монтировать.

Отснятый материал «диалогов» будет просматриваться на экране, потом будут убраны все те места, которые уводят от основной тенденции картины в сторону, или то, что не получилось. Естественно, что возможна необходимость досьевок. Наконец, будет создан окончательный вариант «диалогов». На этом закончится первая часть работы над фильмом.

Второй этап работы над фильмом — литературная разработка. Она потребует второй половины подготовительного периода.

Величина ответов, их интересность могут сместить акценты: одни вопросы станут второстепенными, а другие, в силу импровизации и естественности разговора, выйдут на первый план. Поэтому надо будет уточнить по итогам «диалогов» направление картины. А потом уже в тех местах, которые будут нами первоначально оговорены, мы будем включать специально снимаемые эпизоды. Они будут сниматься по специально разработанному режиссерскому сценарию, под уже записанный текст «диалогов». Эти эпизоды будут нести нашу авторскую точку зрения на то, о чем рассказывает героиня фильма. Они будут очень или не очень контрастировать с ее рассказом, но, во всяком случае, это будет уже точка зрения авторов фильма. В эти эпизоды может войти многое: хроника, как старая, так и современная, может быть, специально подснятая; могут войти многие ретроспекции, авторские ретроспекции.

Прошло время, появилось новое поколение, и точка зрения изменилась. Например, то, что она может рассказать о детстве сына, для нее совершенно иное, чем для самого сына. И это второе видение должно иметь место в фильме так же, как эпизоды молодости героини, военных лет и других.

Второй этап подготовительного периода есть подготовка к съемке эпизодов, которые будут восстанавливать прошлое, то есть то, что нельзя снять непосредственно. Здесь будут события, связанные с жизнью героини или жизнью людей, рикошетом повлиявших на ее судьбу. В общем, с любыми событиями, которые надо имитировать.

В этих ретроспекциях, воспоминаниях, может быть, в кусках хроники, должен сохраняться сугубо убедительный, внешне пластический облик. Должно быть разрушено всякое ощущение фантазирования. Мы должны абсолютно все знать про ретроспекцию и абсолютно точно ее воспроизводить, а не конструировать. Всякого рода «красивости» или создание сцены, которой не было в действительной памяти, будут отбрасываться. Короче говоря, наше требование к эпизодам ретроспекции — их убедительность, психологическая истинность. Это необходимо уже в силу самой природы двух кусков фильма: чисто репортажной съемки и постановочных эпизодов.

Этот замысел представляется нам чрезвычайно интересным вот еще почему: впервые кинематограф (хотя, может, что-то и было подобное) соприкасается с творчеством, которое становится на уровне с литературным творчеством. То есть когда весь процесс творчества углубляет первоначальный замысел, формирует его и окончательно подводит черту лишь в самом конце черного монтажа картины.

Конечно, те же самые фильмы-интервью тоже складывались не сразу. Они тоже постепенно обогащались материалом. Но в них всегда была точно прочерчена конечная тенденция идеи картины, заранее решенная автором. Уже в этом вырисовывалась логика будущей картины и предполагаемые ответы: вот это так, а это так. Этот человек относится так к этому, а этот — иначе. И картину уже можно было увидеть заранее, кроме лиц, интонаций и так далее. В нашей картине хотелось бы, чтобы все происходило как в прозе, поэзии, живописи. Когда человек не знает сам, как все будет выглядеть чисто пластически. Хотя о чем, про что, кто герой, как он выглядит, какова анкета, какие люди примут участие — все это будет разработано.

Фильм «Исповедь», как нам представляется, должен ответить для нас и для нашего зрителя на очень важные вопросы: прошло время, определенное поколение людей прожили первую половину нашего века, чем они были живы, куда была направлена их энергия, что они сделали, что мы должны взять от них, помимо любви к ним, как к людям, которые родили нас и воспитали? Как они отвечают на вопросы нашего поколения? Нам представляется, что создание подобного фильма лежит в основном фарватере развития кинематографа. Кинематограф должен использовать и имитировать человеческий опыт. Зритель, на наш взгляд, за этим ходит в кинотеатр. И пользуясь этим опытом, как писатель пользуется словом, мы должны попытаться найти основные ответы на вопросы, которые мы поставили перед героиней фильма, перед зрителем и перед самими собой.

Драматургическая основа фильма лежит как бы в соотношении двух поколений людей, связанных между собой близостью любви, годами, в которые одни только начинали жизнь, а другие были зрелы и совершали основные события своей жизни. Нахождение вершин общности, основной, решающей, эмоциональной в картине, и черт разницы, надеемся, позволят нам ответить на основной вопрос фильма: «чем жил, жив и будет жить человек, какими великими, подспудными, невидимыми для нашего взгляда силами...».

А. Мишарин
А. Тарковский

Конечно, это «Зеркало».

Когда «Мосфильм» запускал этот фильм в работу, учитывались не только художественный достоинства и глубина обобщений и свежесть идей, отраженных в заявке. Учитывалась прежде всего личность Андрея Тарковского, которого советское киноначальство хоть и недолюбливало, но масштаб его дарования оценивало адекватно.

То же самое происходит и сегодня. Конечно, продать 51-й сценарий гораздо легче, чем первый. Продюсер Юрий Беленький рассказывал, что однажды канал «Россия» запустил в работу сериал, не видя ни сценария, ни заявки, лишь услышав его название. Уверен, это было уникальное название, но если бы его произнес не Юрий Михайлович Беленький, продюсировавший десятки популярных сериалов, а случайно забредшая в Останкино девочка в красной шапочке, она вряд ли получила бы заказ от телеканала «Россия».

Теперь, после того как я окончательно убедил вас в том, что писать гениальные заявки бессмысленно, если вы не проработали на телевидении 20 лет, мне остается добавить только одно: на все, что написано выше, нужно наплевать и забыть.

Если вы напишете заявку, которая нужна каналу именно сейчас, у вас ее купят, даже если вы случайно забредшая в Останкино девочка в красной шапочке. Кстати, что делает в Останкино девочка в красной шапочке? Скандал, интрига, расследование!

Итак, если вам еще не надоело читать эту бесконечную главу, наконец, поговорим о том, как написать заявку. Будем исходить из того, что у вас уже есть идея, сюжет и герои. Если нет — вернитесь на первую страницу нашего «Букваря» и начните читать сначала. И возвращайтесь сюда, когда у вас будет идея, сюжет и герои.

Первое, что должно быть в заявке, — ваша фамилия. Вы скажете, что за глупости, мы что, сами не понимаем, что в заявке должен быть указан автор? Так вот, скоро исполняется двадцать лет, как я работаю редактором. И все это время примерно треть текстов, которые я получаю, не подписаны. Авторы весьма самонадеянно полагают, что написанный ими текст — единственный, что получит редактор сегодня. Повторю еще раз: первой в заявке должна стоять ваша фамилия.

И еще раз, уж совсем на всякий пожарный случай, вдруг вы потеряли сознание или ненадолго ослепли как раз в тот момент, когда читали предыдущий абзац: первой в заявке должна стоять ваша фамилия.

Есть разные мнения по поводу того, нужно или нет оформлять титульный лист. Я бы советовал поступать так: если вы отдаете заявку в распечатанном виде — лучше оформлять. Тогда она будет выглядеть более солидно и аккуратно, а перевернуть страничку — невелик труд даже для Очень Большого Начальника. Если же вы отправляете заявку по электронной почте, лучше обойтись без титульного листа, чтобы не заставлять читателя крутить скрол-бегунок до основного текста — многие профессиональные читатели, получающие сотни электронных писем в день, имеют привычку бросать взгляд только на первую страницу письма. Если ничего не привлекает внимания при таком беглом взгляде — письмо закрывается.

Второе в заявке — название вашего проекта. Нужно ли отдельно заострять внимание на том, что название должно быть броским и запоминающимся. Название вроде «Расставание», «Встреча», «Судьба женщины», «Прощание», «Изгнание», «Возвращение», несмотря на, возможно, выдающиеся достоинства сценария и фильма не привлекут большого числа зрителей. Ведь, правда же, вы стали смотреть «Изгнание» не из-за того, что вам понравилось название?

Третье, что должно быть указано в заявке, — жанр: романтическая комедия, триллер, драма, телероман, интернет-сериал.

Четвертое — формат. Например: «вертикальный сериал, 12 серий по 44 минуты». Или: «Интернет-сериал, 20 серий по 4—5 минут». Скажу по секрету, что из-за кризиса на каналах стало меньше рекламы, и они увеличивают хронометраж заказанных сериалов. Например, НТВ раньше заказывал серии по 44 минуты, а теперь по 48. Кроме того, все более популярным становится на российском ТВ формат вертикального сериала с двухсерийными эпизодами.

Пятое, что должно быть в заявке, — краткое описание истории: кто герои, где и когда происходит действие, что, собственно, происходит. Описание должно быть очень коротким. Считается, что автор должен уложиться в 25 слов. На самом деле разрешается использовать до 27 слов. И даже 28, если считать с предлогами. А членам Союза кинематографистов — и все 29.

Шестое — описание главных героев: ФИО, возраст, внешность, характер, социальный статус, взаимоотношения. Не забывайте: все герои должны иметь возможность конфликта между собой!

И наконец, седьмое — синопсисы двух—трех первых серий.

Заявка готова!

Можно рассылать по кинокомпаниям.

И небольшой совет напоследок: если продюсеру понравится заявка, он, может быть, захочет прочитать пилотный сценарий. Лучше всего быть готовым показать пилот продюсеру в ту же секунду. Кто вам сказал, что продюсеры не читают сценариев? Еще как читают!

Удачи!

До встречи на премьере!

Приложения

Приложение 1. Гимнастика для сценариста

Написание сценариев требует не только таланта, но и навыка. Навыки можно тренировать. Вот несколько упражнений, которые помогут развить креативные способности, а также скрасят минуты ожидания в метро, дорожной пробке или очереди.

1. Главное в хорошей истории — это герой. Героя можно найти где угодно. Да хоть бы и в метро. Главное, что у каждого героя должно быть сокровище, тайна, недостаток и цель (СТАНЦИЯ). Вот напротив вас в метро сидит человек. Подумайте, какое у него может быть сокровище? Может быть, он умеет читать мысли? Или пишет гениальные стихи? А какая у него тайна? Куда он направится, когда выйдет из метро? Герои вокруг вас, нужно только уметь их видеть.

2. Придумаем какое-нибудь необычное место действия. Мы пока не знаем, что там происходит. Нам нужно придумать место. Объект. Бар? Тир? Зброшенный склад? Подводная лодка? Представьте себе это место в деталях: цвет стен, запах, звуки, сколько дверей и окон, какое расстояние от стены до стены. Сценарист должен не только уметь придумывать миры, но и очень хорошо в них ориентироваться.

3. Для того чтобы придумывать миры, нужно уметь наблюдать мир, который нас окружает. Есть маршруты, по которым мы ходим каждый день и никогда их не замечаем. Сколько деревьев вы видите по дороге от дома до работы. Какие это деревья? Какие дома? Автобусные остановки? Киоски? Как выглядит продавщица в киоске? Нужно учиться наблюдать — всегда можно увидеть что-нибудь необычное.

4. Когда вы научитесь наблюдать, нужно научиться запоминать. Посмотрите на свой стол. Закройте глаза и попробуйте перечислить все предметы, которые лежат на столе. Посмотрите в окно. Закройте глаза, перечислите то, что вы видите. Посмотрите на человека напротив вас. Закройте глаза и подробно опишите его: что на нем надето, какое лицо, какие руки, какая мимика.

5. Когда вы придумываете историю, чаще всего вам требуется связь между людьми. Придумайте, что общего может быть между деревенским почтальоном и президентом Бельгии. А между океанологом и продавцом в супермаркете? Чем больше и оригинальнее связей вы придумаете — тем лучше.

6. Обращайте внимание на предметы. Любая деталь в интерьере может стать значимой для сюжета. Нужно уметь обращаться с предметами, уметь придумывать для них необычное применение. Например, карандашом можно писать письмо, а можно убить. Что еще можно сделать карандашом? А настольной лампой? Пивной кружкой? Ежедневником? Перчаткой?

7. Ваш герой подходит к двери. Открывает ее. Что он видит за дверью? Человека с пистолетом? Врача? Инопланетянина? Хор старушек?

8. Попробуйте придумать действие, с помощью которого герой может выражать свои эмоции. Например, ему холодно: он трет руки и дует на них. Ему страшно: он закрывает голову руками. Ему обидно: он тихо плачет. А как он злится? Как нервничает, страдает от голода, скучает, думает, радуется?

9. Среди двигателей сюжета — необычное событие. Но неожиданной может быть и реакция на событие. Например, герою говорят, что он получил наследство от дядюшки самых честных правил. Что он делает? Радуетя? А может, наоборот, рвет на себе волосы, поскольку очень любил бедного дядюшку.

10. Одну и ту же информацию герой может облечь в разные слова. Например: «Я иду домой». Или: «Я сваливаю до хаты». Или: «Я почапал в берлогу». Или: «Хоум свит хоум ждет меня». Попробуйте взять простую реплику и придумать наибольшее количество вариантов выразить одно и то же разными словами.

Приложение 2. Рекомендуемый список литературы (любое издание)

Кемпбелл Дж. Тысячеликий герой.
Кинг С. Как писать книги: мемуары о ремесле.
Козинцев Г. Глубокий экран.
Люмет С. Как делается кино.
Макки Р. История на миллион долларов.
Митта А. Кино между адом и раем.
Норштейн Ю. Снег на траве.
Пресс С. Как писать и продавать сценарии в США.
Розенталь А. Создание кино и видеофильмов как увлекательный бизнес.
Ромм М. Беседы о кино.
Сегер Л. Как хороший сценарий сделать великим.
Станиславский К. Моя жизнь в искусстве.
Туркин В. Драматургия кино.
Филд С. Сценарий: основы сценарного мастерства.
Червинский А. Как хорошо продать хороший сценарий.
Эгри Л. Искусство драматургии.
Эфрос А. Репетиция — любовь моя.

Приложение 3. Список кинофильмов для обязательного просмотра

Зарубежный кинематограф

Прежде всего фильмы братьев Люмьер, Ж. Мельеса, ранние работы Ч. Чаплина, а также другие (в скобках указаны имя и фамилия режиссера):

2001: Космическая Одиссея (Стенли Кубрик)
Аккатоне (Пьер Паоло Пазолини)
Алиса в городах (Вим Вендерс)
Алчность (Эрих фон Штрогейм)
Амаркорд (Федерико Феллини)
Американский солдат (Райнер Вернер Фассбиндер)
Андалусский пес (Луис Бунюэль)
Антракт (Рене Клер)
Аталанта (Луис Бунюэль)
Бал (Этторе Скола)
Безумный Пьеро (Жан-Люк Годар)
Берлин, симфония большого города (Вольтер Руттман)
Блуждающий огонек (Луи Маль)
Бонни и Клайд (Артур Пенн)
Вальсирующие (Бертран Блие)
Великая иллюзия (Жан Ренуар)
Великий диктатор (Чарли Чаплин)
Венгерская рапсодия (Миклош Янчо)
Вестсайдская история (Джером Роббинс, Роберт Уайз)
Весь этот джаз (Боб Фосс)
Вечернее платье (Бертран Блие)
Виридиана (Луис Бунюэль)
Войцек (Вернер Херцог)
Волосы (Миклош Форман)
Восемь с половиной (Федерико Феллини)
Все о моей матери (Педро Альмадовар)
Гибель богов (Лукино Висконти)
Голый остров (Кането Синдо)
Гражданин Кейн (Орсон Уэллс)
Гроздь гнева (Джон Форд)
День гнева (Эдриэн Рудомин)
День начинается (Марсель Карне)
Джюльетта и духи (Федерико Феллини)
Дневная красавица (Луис Бунюэль)
Дневник сельского священника (Робер Брессон)
Дорога (Федерико Феллини)
Евангелие от Матфея (Пьер Паоло Пазолини)
Живая плоть (Педро Альмадовар)
Жилец (Дэвид Ондаатже)
Жюль и Джим (Франсуа Трюффо)
Забриски поинт (Микеланджело Антониони)
Замужество Марии Браун (Райнер Вернер Фассбиндер)
Звезды и солдаты (Миклош Янчо)
Земля дрожит (Лукино Висконти)
Земляничная поляна (Ингмар Бергман)
Золотая лихорадка (Чарли Чаплин)
Имя розы (Жан-Жак Анно)
Имя: Кармен (Карлос Саура)
Кабинет доктора Калигари (Роберт Вине)

Каждый за себя, и бог против всех (Вернер Херцог)
Кармен (Карлос Саура)
Колесо (Абель Ганс)
Конформист (Бернардо Бертолуччи)
Красавчик Серж (Клод Шаброль)
Красная пустыня (Микеланджело Антониони)
Крестный отец (Фрэнсис Форд Коппола)
Кровавая свадьба (Карлос Саура)
Кузены (Клод Шаброль)
Легенда о Нарайяме (Сёхэй Имамура)
Лисички (Уильям Уайлер)
Лифт на эшафот (Луи Маль)
Мама Рома (Пьер Паоло Пазолини)
Мать Иоанна от ангелов (Ежи Кавалерович)
Медя (Пьер Паоло Пазолини)
Механический балет (Фернан Леже)
Мой американский дядюшка (Ален Рене)
Молчание (Ингмар Бергман)
На последнем дыхании (Жан-Люк Годар)
Набережная туманов (Марсель Карне)
Наполеон (Абель Ганс)
Нетерпимость (Дэвид Гриффит)
Нибелунги (Фриц Ланг)
Новые времена (Чарли Чаплин)
Ноль за поведение (Жан Виго)
Носферату (Фридрих Вильгельм Мурнау)
Ночь (Микеланджело Антониони)
Огни большого города (Чарли Чаплин)
Однажды в Америке (Серджио Леоне)
Падение дома Эшеров (Жан Эпштейн)
Пепел и алмаз (Анджей Вайда)
По поводу Ниццы (Жан Виго)
Повесть о жестокой юности (Нагиса Осима)
Погоня (Артур Пенн)
Под крышами Парижа (Рене Клер)
Под стук трамвайных колес (Акира Куросава)
Полуночный ковбой (Джон Шлезингер)
Последнее танго в Париже (Бернардо Бертолуччи)
Последний киносеанс (Питер Богданович)
Последний человек (Фридрих Вильгельм Мурнау)
Похитители велосипедов (Витторио де Сика)
Приговоренный к смерти бежал (Робер Брессон)
Прощай, самец! (Марко Феррери)
Рассёмон (Акира Куросава)
Рим — открытый город (Роберто Росселлини)
Рим в 11 часов (Джузеппе Де Сантис)
Рождение нации (Дэвид Гриффит)
С течением времени (Вим Вендерс)
Седьмая печать (Ингмар Бергман)
Сиротки бури (Дэвид Гриффит)
Скромное обаяние буржуазии (Луис Бунюэль)
Сладкая жизнь (Федерико Феллини)

Слово (Карл Теодор Дрейер)
Смерть в Венеции (Лукино Висконти)
Сны (Акира Куросава)
Страсти Жанны Д'Арк (Карл Теодор Дрейер)
Страсть (Ингмар Бергман)
Таксист (Мартин Скорсезе)
Терраса (Этторе Скола)
Толпа (Кинг Видор)
Уйк-энд (Жан-Люк Годар)
Усталая смерть (Фриц Ланг)
Фанни и Александр (Ингмар Бергман)
Фотоувеличение (Микеланджело Антониони)
Хиросима, любовь моя (Ален Рене)
Холодные закуски (Бертран Блие)
Хроники частной жизни (Александр Корда)
Человек из мрамора (Анджей Вайда)
Четыреста ударов (Франсуа Трюффо)
Этот смутный объект желания (Луис Бунюэль)

Отечественный кинематограф

Фильмы до 1941 года

Александр Невский, Броненосец «Потемкин», Иван Грозный, Октябрь, Старое и новое, Стачка (Сергей Эйзенштейн)
Арсенал, Аэроград, Звенигора, Земля (Александр Довженко)
Аэлита, Закройщик из Торжка, Праздник святого Йоргена, Сорок первый (Яков Протазанов)
Великий гражданин, Катька — Бумажный ранет, Крестьяне, Обломок империи (Фридрих Эрмлер)
Великий утешитель, Необычайные приключения мистера Веста в стране большевиков, По закону (Лев Кулешов)
Встречный (Сергей Юткевич совместно с Фридрихом Эрмлером), Человек с ружьем (Сергей Юткевич)
Депутат Балтики, Член правительства (Александр Зархи, Иосиф Хейфиц)
Детство Горького, Радуга (Марк Донской)

Колыбельная, Симфония Донбасса, Три песни о Ленине, Человек с киноаппаратом (Дзига Вертов)
Конец Санкт-Петербурга, Мать, Минин и Пожарский, Потомок Чингиз-хана (Всеволод Пудовкин)
Ленин в Октябре, Мечта, Человек № 217 (Михаил Ромм)
Машенька (Юлий Райзман)
Мы из Кронштадта (Ефим Дзиган)
Новый Вавилон, СВД, Чертово колесо, Шинель, Юность Максима (Григорий Козинцев, Леонид Трауберг)
Окраина (Борис Барнет)
Парень из нашего города (Александр Столпер, Борис Иванов)
Путевка в жизнь (Николай Экк)
Семеро смелых, Учитель (Сергей Герасимов)
Соль Сванетии (Михаил Калатозов)
Строгий юноша, Третья Мещанская (Абрам Роом)

Чапаев (Братья Васильевы)

Фильмы после 1941 года

Андрей Рублев (Андрей Тарковский)
Барабаниада (Сергей Овчаров)
В огне брода нет (Глеб Панфилов)
Весна на Заречной улице (Марлен Хуциев, Феликс Миронер)
Восхождение (Лариса Шепитько)
Гамлет (Григорий Козинцев)
Господин оформитель (Олег Тепцов)
Девять дней одного года (Михаил Ромм)
Дело Румянцева (Иосиф Хейфиц)
Дом, в котором я живу (Лев Кулиджанов, Яков Сегель)
Древо желания (Тенгиз Абуладзе)
Живые и мертвые (Александр Столпер)
Жил певчий дрозд (Отар Иоселини)
Журналист (Сергей Герасимов)
Застава Ильича (Мне двадцать лет) (Марлен Хуциев)
Звезда (Александр Иванов, 1949 год)
Зеркало (Андрей Тарковский)
Иваново детство (Андрей Тарковский)
История Аси Клячиной (Андрей Кончаловский)
Июльский дождь (Марлен Хуциев)
Калина красная (Василий Шукшин)
Клятва (Михаил Чаурели)
Комиссар (Александр Аскольдов)
Короткие встречи (Кира Муратова)
Кубанские казаки (Иван Пырьев)
Летят журавли (Михаил Калатозов)
Мир входящему (Александр Алов, Владимир Наумов)
Мой друг Иван Лапшин (Алексей Герман)
Молодая гвардия (Сергей Герасимов)
Мольба (Тенгиз Абуладзе)
Неоконченная пьеса для механического пианино (Никита Михалков)
Оно (Сергей Овчаров)
Парад планет (Вадим Абдрашитов)
Повесть о настоящем человеке (Александр Столпер)
Покаяние (Тенгиз Абуладзе)
Полеты во сне и наяву (Роман Балаян)
Проверка на дорогах (Алексей Герман)
Прощание (Лариса Шепитько)
Солярис (Андрей Тарковский)
Сталкер (Андрей Тарковский)
Судьба человека (Сергей Бондарчук)
Тема (Глеб Панфилов)
Тени забытых предков (Сергей Параджанов)
У озера (Сергей Герасимов)
Хрусталеv, машину! (Алексей Герман)
Цвет граната (Сергей Параджанов)

Фильмы Александра Сокурова (по выбору)

Приложение 4

Стандартный договор со сценаристом:

ДОГОВОР

г. Москва «___» _____ 200__ г.

_____, в дальнейшем именуемое «Продюсер»,
в лице _____, действующего на основании
_____, с одной стороны, и _____,
именуемый в дальнейшем «Сценарист», с другой стороны, совместно именуемые в
дальнейшем «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1. Сценарист передает Продюсеру в полном объеме исключительное право на созданный им литературный сценарий под названием «_____» (именуемый в дальнейшем «Сценарий») и исключительное право на создаваемые на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальные произведения.

1.2. Первое аудиовизуальное произведение, которое Продюсер планирует создать на основе (с использованием) Сценария - _____ под рабочим (предварительным) названием _____ (именуемый в дальнейшем «Фильм»).

Сценарист обязуется при необходимости вносить изменения и/или дополнения в Сценарий и совершать иные действия, связанные с созданием Фильма на основе (с использованием) Сценария.

2. Гарантии

2.1. Сценарист гарантирует, что Сценарий написан им лично, не содержит заимствований из произведений третьих лиц, не содержит сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию третьих лиц, не нарушает иным образом права и законные интересы третьих лиц.

В случае предъявления Продюсеру или третьему лицу, которому будут переданы право (права) на использование Сценария или созданных на основе (с использованием) Сценария претензий и исков относительно нарушения авторских или иных прав третьих лиц, Сценарист принимает на себя обязательство по их урегулированию и несет ответственность по таким претензиям и искам.

2.2. Сценарист гарантирует, что на момент заключения настоящего Договора он не связан никакими обязательствами и ему неизвестны какие-либо обстоятельства, которые препятствуют Сценаристу заключить настоящий Договор и надлежащим образом исполнить все принятые на себя обязательства.

2.3. Сценарист заявляет и гарантирует, что на момент заключения настоящего Договора располагает передаваемыми по нему правами, и что указанные права не будут им переданы третьим лицам ни на каких условиях.

2.4. Сценарист обязуется не предпринимать действий, которые могут воспрепятствовать Продюсеру в реализации переданных ему по настоящему Договору прав, в том числе обязуется не создавать самостоятельно или давать разрешение третьим лицам на создание произведений с использованием сюжета, персонажей, диалогов и иных элементов Сценария без получения письменного согласия Продюсера.

3. Передача, доработка Сценария и участие в работе над Фильмом

3.1. Сценарий передается Продюсеру в печатной форме в одном сброшюрованном экземпляре, подписанном Сценаристом, и на компьютерной дискете при заключении настоящего Договора. Передача Сценария оформляется двусторонним актом, являющимся неотъемлемой частью настоящего Договора.

3.2. Сценарист понимает, что при подготовке и в ходе создания Фильма может потребоваться внесение изменений и/или дополнений в Сценарий.

В этой связи Сценарист обязуется вносить соответствующие изменения и/или дополнения в Сценарий по требованию Продюсера, предъявленному в письменной форме с указанием существа изменений и/или дополнений, которые он сочтет необходимыми.

Сценарист обязуется вносить соответствующие изменения и/или дополнения в дополнительно согласованные Сторонами сроки с учетом общих сроков производства Фильма, но не позднее ___ (____) дней с даты получения уведомления Продюсера о необходимости внесения соответствующих изменений/дополнений.

Стороны договорились, что Продюсер вправе предъявлять Сценаристу требования о внесении изменений и/или дополнений в Сценарий не более трех раз.

3.3. Сценарист соглашается, что в случае если он отказывается от внесения в Сценарий требуемых Продюсером изменений и/или дополнений или не может внести соответствующие изменения и/или дополнения в требуемые Продюсером сроки, или внесенные им изменения/дополнения не соответствуют требованиям Продюсера, в результате чего Продюсер вынужден привлечь к участию в изменении или дополнении Сценария других авторов, причитающееся Сценаристу по настоящему Договору вознаграждение уменьшается на суммы, выплаченные таким авторам.

Размер этого вознаграждения третьим лицам не должен превышать обычно применяемые в практике кинопроизводства суммы вознаграждения за доработку Сценария и будет определяться с учетом выплачиваемого по настоящему Договору вознаграждения Сценаристу и объема вносимых изменений и/или дополнений в соотношении к общему объему Сценария.

3.4. Имеется понимание Сторонами, что Продюсер в силу переданных ему по настоящему Договору прав вправе вносить требуемые ему изменения и/или дополнения самостоятельно без обращения к Сценаристу и привлекать к участию в написании Сценария и производству Фильма любых авторов по своему усмотрению без согласования со Сценаристом.

3.5. Сценарист обязуется также в случае необходимости по требованию Продюсера:

- принимать участие в работе над режиссерским сценарием Фильма;
- принимать участие в работе съемочной группы Фильма для дачи консультаций режиссеру-постановщику, актерам и другим участникам съемочной группы по вопросам, связанным с трактовкой сюжета, образов действующих лиц, обстановкой действия и пр.;
- принимать участие в просмотрах и обсуждениях отснятого материала, рабочей и окончательной версии Фильма;
- осуществлять иные действия в соответствии с требованиями, обычно предъявляемыми в сфере кинопроизводства к сценаристу фильма.

Сценарист обязуется принимать участие в работе над Фильмом в объеме, предусмотренном настоящим Договором и в соответствии с существующей практикой кинопроизводства, в местах и во время, дополнительно согласованные с Продюсером с учетом общих сроков производства Фильма.

3.6. Сценарист обязуется исполнять свои обязательства по настоящему Договору лично или совместно с другими лицами по указанию Продюсера.

Сценарист не вправе привлекать третьих лиц к доработке Сценария или иной работе над Фильмом без получения предварительного письменного согласия Продюсера.

3.7. Сценарист не вправе привлекать третьих лиц к просмотру отснятого материала, рабочей и окончательной версии Фильма без получения предварительного письменного согласия Продюсера.

3.8. В случае если производство Фильма будет осуществляться с привлечением исполнительного продюсера, который будет оказывать Продюсеру услуги по производству Фильма, он будет считаться уполномоченным представителем Продюсера в

отношениях со Сценаристом по поводу исполнения Сценаристом своих обязательств по настоящему Договору.

В этой связи Сценарист обязуется исполнять все указания и требования исполнительного продюсера относительно исполнения обязательств по настоящему Договору.

В случае если требования исполнительного продюсера и Продюсера расходятся, Сценарист обязуется следовать указаниям Продюсера. Утверждение

изменений/дополнений к Сценарию осуществляет непосредственно Продюсер.

Участие исполнительного продюсера в производстве Фильма не освобождает Продюсера от исполнения своих обязательств по настоящему Договору.

4. Титры, реклама и информация

4.1. Продюсер обязуется указать имя Сценариста в титрах создаваемых на основе аудиовизуальных произведений и во всех рекламных и информационных материалах по таким аудиовизуальным произведениям, в которых указываются имена всех других авторов аудиовизуального произведения, в соответствии с существующей в кинопроизводстве практикой. При этом имеется понимание сторонами, что Продюсер вправе выпускать рекламу с использованием привлекающего внимание рекламного лозунга без упоминания имени Сценариста.

Продюсер гарантирует, что никто из авторов созданного на основе Сценария аудиовизуального произведения не будет указан в титрах шрифтом такого же или большего размера, за исключением: артистов - исполнителей главных ролей, режиссера-постановщика и Продюсера.

4.2. В случае если изменение и/или дополнение Сценария было осуществлено с участием другого сценариста /других сценаристов, имя такого сценариста/таких сценаристов будет указываться в титрах, рекламных и информационных материалах по аудиовизуальному произведению наряду с именем Сценариста в качестве соавторов Сценария. При этом стороны договорились, что имя Сценариста может не указываться, если доля написанного им материала в окончательном варианте сценария, на основе которого создано аудиовизуальное произведение, составит не менее _____ процентов.

4.3. Сценарист вправе в любое время до окончания чистового монтажа Фильма снять свое имя из титров либо заменить его на псевдоним путем направления об этом письменного уведомления Продюсеру. В этом случае в рекламные, информационные и иные материалы по Фильму вносятся соответствующие изменения, при этом обязательство по снятию фамилии/указанию псевдонима не распространяется на уже изготовленные экземпляры рекламных и информационных материалов, которые могут быть распространены в неизменном виде.

4.4. Сценарист предоставляет Продюсеру право на использование своего имени (творческого псевдонима), фотографий, изображений, образа и подобия, образца подписи, биографических данных, личностных характеристик и описаний для использования в связи с Сценарием и созданными на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальными произведениями, в том числе по их продвижению и рекламе, включая (но не ограничиваясь): для использования в рекламных плакатах, рекламных роликах, статьях, обзорах и в иных материалах. Указанное право предоставляется Продюсеру без ограничения срока и может быть передано третьим лицам.

4.5. Сценарист соглашается участвовать во всех рекламных и иных мероприятиях по продвижению и рекламе Фильма (премьерных показах, пресс-конференциях, радио- и телепередачах, интервью и т.д.). Сценарист обязуется в случае необходимости участвовать в подготовке рекламных и информационных материалов, в том числе в съемках рекламных роликов, фотографий и т.д. Время и место указанных мероприятий сообщаются Сценаристу заблаговременно до даты проведения соответствующего мероприятий. Участие в рекламных мероприятиях и подготовке рекламных и информационных материалов оплате не подлежит.

4.6. До обнародования Фильма Сценарист обязуется без согласования с Продюсером не давать интервью, не принимать участия в радио- и телепередачах и иных мероприятиях, посвященных Фильму или связанных с ним, а также не распространять самостоятельно или через третьих лиц какую-либо информацию, связанную с производством Фильма (кроме факта использования Сценария для постановки Фильма).

5. Исключительные права

5.1. Сценарист передает Продюсеру в полном объеме исключительное право на Сценарий и в полном объеме исключительное право на создаваемые на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальные произведения, включая Фильм.

Продюсер как обладатель исключительного права на Сценарий и создаваемые на основе (с его использованием) Сценария аудиовизуальные произведения вправе использовать их по своему

усмотрению в любой форме и любыми способами, которые известны сегодня или появятся в будущем, в том числе следующими способами:

- воспроизведение, то есть изготовление экземпляров в любой материальной форме;
- распространение путем продажи или иного отчуждения оригинала или экземпляров ;
- импорт оригинала или экземпляров в целях распространения;
- публичное исполнение;
- публичный показ;
- прокат оригинала или экземпляров;
- сообщение в эфир, то есть сообщение для всеобщего сведения (включая показ или исполнение) по радио или телевидению (в том числе путем ретрансляции) как с взиманием, так и без взимания платы за просмотр, в том числе по индивидуальным или коллективным запросам или контрактам;
- сообщение по кабелю, то есть сообщение произведения для всеобщего сведения по радио или телевидению с помощью кабеля, провода, оптического волокна или аналогичных средств (в том числе путем ретрансляции) как с взиманием, так и без взимания платы за просмотр, в том числе по индивидуальным или коллективным запросам или контрактам;
- доведение до всеобщего сведения таким образом, что любое лицо может получить доступ к созданным на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальным произведениям из любого места и в любое время по собственному выбору, в частности, сообщение по сети Интернет;
- перевод, дублирование и/или субтитрирование созданных на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальных произведений на любой язык, иная переработка и использование в любой форме и любыми способами в переработанном виде;
- перевод, иная переработка Сценария и использование в любой форме и любыми способами в переработанном виде;
- использование Сценария (в том числе в переработке) для создания Фильма, других аудиовизуальных произведений, драматических, музыкально-драматических и любых иных произведений;
- использование визуальной части созданных на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальных произведений – так называемого «изобразительного ряда» независимо (отдельно) от звуковой части в любой форме и любыми способами;
- использование звуковой части созданных на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальных произведений – так называемой «звуковой дорожки» независимо (отдельно) от изобразительного ряда в любой форме и любыми способами;
- постановка аудиовизуальных произведений с использованием той же темы, сюжета, персонажей, диалогов и других элементов Сценария и созданных на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальных произведений – так называемых «римейков» (remake);

- постановка аудиовизуальных произведений в продолжение (развитие) темы, сюжета Сценария и созданных на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальных произведений с использованием всех или некоторых его персонажей – так называемых «сиквелов» (sequel) и «приквелов» (prequel);
- использование для изготовления товаров любого вида (например, электронных и настольных игр, игрушек, предметов одежды, печатной продукции, пищевых товаров), а также при оказании услуг (например, в развлекательных парках), то есть осуществление так называемого «мерчендайзинга» (merchandising);
- использование для создания литературных произведений – так называемая «новеллизация»;
- использование для включения в состав или для создания сложных объектов (мультимедиа-произведений, аудиовизуальных произведений и пр.), драматических, музыкально-драматических и иных произведений;
- использование в соединении с аудио и/или видеозаписями, диапозитивами, фотографиями и другими визуальными и звуковыми элементами, а также с программным обеспечением, дающим возможности интерактивного использования;
- использование для индивидуализации юридических лиц, товаров, услуг и предприятий, в том числе в качестве или в составе фирменных наименований, логотипов, товарных знаков и знаков обслуживания, право на их регистрацию для любых классов товаров и услуг;
- использование для создания рекламных роликов и других видов рекламы (клипов, плакатов и пр.);

Продюсер вправе использовать в любой форме и любыми способами, включая вышеперечисленные, Сценарий и созданные на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальные произведения как в целом, так и их части (в том числе название) и элементы (сюжет, реплики, персонажи и пр.).

В понятие «аудиовизуальное произведение» включаются все его версии (киноверсии, телеверсии и пр.), а также весь визуальный и звуковой материал, как вошедший, так и не вошедший в аудиовизуальное произведение.

В понятие «Сценарий» включается как окончательный вариант Сценария, так и все созданные Сценаристом варианты Сценария и изменения и/или дополнения к Сценарию.

5.2. Сценарист передает Продюсеру в полном объеме исключительное право на иные объекты авторского права, которые будут созданы им или с его участием в ходе постановки Фильма, Продюсеру.

Продюсер как обладатель исключительного права на каждый из таких объектов вправе использовать его в любой форме и любыми способами, в том числе способами, указанными в п. 5.1. настоящего Договора.

5.3. Имеется понимание сторонами, что с момента заключения настоящего Договора Продюсер является единственным обладателем исключительного права на указанные в п.п. 5.1., 5.2. настоящего Договора объекты авторских прав, без каких-либо территориальных, временных или иных ограничений, и никакие имущественные права в отношении таких объектов не сохраняются за Сценаристом.

5.4. Имеется понимание сторонами, что Продюсер как обладатель исключительного права на указанные в п.п. 8.1., 8.2. настоящего Договора объекты авторских прав может отчуждать их или иным образом распоряжаться ими, в том числе путем выдачи лицензий, без получения согласия Сценариста и выплаты ему какого-либо вознаграждения.

5.5. Имеется понимание сторонами, что Продюсер становится обладателем исключительного права на указанные п.п. 8.1., 8.2. настоящего Договора объекты авторских прав на основании настоящего Договора, и не требуется оформления каких-либо дополнительных документов для подтверждения принадлежности Продюсеру передаваемых по настоящему Договору прав. Вместе с тем, если Продюсер сочтет необходимым оформить какие-либо дополнительные документы, подтверждающие

отчуждение исключительных прав по настоящему Договору, Сценарист обязуется подписывать такие документы.

6. Личные неимущественные права

6.1. Продюсер обязуется соблюдать право авторства Сценариста, а также соблюдать право Сценариста на имя в соответствии с положениями п.п. 4.1. - 4.3. настоящего Договора.

6.2. Сценарист настоящим дает свое согласие на внесение в Сценарий, созданные на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальные произведения, иные объекты авторского права, которые будут созданы Сценаристом или с его участием в ходе производства Фильма, любых изменений, сокращений и дополнений без получения дополнительного разрешения Сценариста или иных лиц, уполномоченных осуществлять охрану права на неприкосновенность произведения. Сценарист подтверждает, что никакие изменения, сокращения или дополнения не могут рассматриваться как нарушение права Сценариста на неприкосновенность произведения.

Сценарист принимает к сведению, что внесение в Сценарий /созданные на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальные произведения изменений, сокращений или дополнений может потребоваться, в частности, в целях исключения из

Сценария/созданных на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальных произведений запрещенной

законодательством страны использования информации, такой как, например, сведения о способах, методах разработки, изготовления и использования, местах приобретения наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, в целях исключения сцен, пропагандирующих порнографию, культ насилия или жестокости, разжигающих национальную, классовую, социальную, религиозную нетерпимость или рознь, сцен, противоречащих нормам морали и нравственности, сцен, содержащих нецензурные, грубые и/или бранные выражения. Имеется понимание сторонами, что любые изменения, сокращения или дополнения могут вноситься как самим Продюсером, так и иными лицами, уполномоченными Продюсером на использование соответствующих объектов авторского права.

Сценарист настоящим дает свое согласие на снабжение Сценария, иные объектов авторского права, которые будут созданы Сценаристом или с его участием в ходе производства Фильма, иллюстрациями, предисловиями, послесловиями, комментариями или какими бы то ни было пояснениями, и подтверждает, что такие действия не могут рассматриваться как нарушение права Сценариста на неприкосновенность произведения.

6.3. Сценарист настоящим подтверждает, что Сценарий и созданные на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальные произведения могут содержать информацию о любых товарах (работах, услугах) и их изготовителях (продавцах), что созданные на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальные произведения при их сообщении в эфир или по кабелю, или любом ином использовании может включать, прерываться или совмещаться с рекламой в любых формах, в том числе, в форме «бегущей строки», может прерываться или совмещаться с новостными выпусками, информационными сообщениями, иной аудио/визуальной/аудиовизуальной информацией (в том числе демонстрироваться вместе с другой информацией в режиме полиэкрана), совмещаться с логотипами/товарными знаками, что не может рассматриваться как нарушение принадлежащих Сценаристу личных неимущественных прав и иных нематериальных благ.

Сценарист настоящим подтверждает, что при использовании созданных на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальных произведений может быть ускорена или замедлена демонстрация содержащих имя Сценариста титров либо изменен способ их изображения (в частности, путем наложения конечных титров на заключительные кадры Фильма), что также не может рассматриваться как нарушение принадлежащих Сценаристу личных неимущественных прав и иных нематериальных благ.

6.4. Сценарист настоящим подтверждает, что любое использование Сценария или созданных на основе (с использованием) Сценария аудиовизуальных произведений, их отдельных частей или элементов (включая его название и персонажи), в том числе для создания рекламных роликов и других видов рекламы не может рассматриваться как нарушение принадлежащих Сценаристу личных неимущественных прав и иных нематериальных благ.

6.5. Имеется понимание сторонами, что, заключая настоящий Договор, Сценарист соглашается на обнаружение указанных в п.п. 5.1, 5.2. настоящего Договора объектов авторского права и не вправе впоследствии отказаться от принятого решения.

7. Вознаграждение

7.1. В качестве вознаграждения за творческий вклад Сценариста в создание Фильма и переданные по настоящему Договору права Продюсер обязуется выплатить Сценаристу _____ рублей в следующем порядке:

- 50 % - после заключения настоящего Договора

- 50 % - после передачи Сценария.

7.2. В случае если в течение пяти лет с момента заключения настоящего Договора Продюсер не приступит к производству Фильма, Продюсер обязуется выплатить все причитающиеся Сценаристу по настоящему Договору суммы вознаграждения.

7.3. Имеется понимание сторонами, что Сценарист не имеет права на получение какого-либо иного вознаграждения по настоящему Договору, кроме предусмотренного п. 7.1. настоящего Договора.

8. Действие Договора

8.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента подписания его Сторонами и действует до момента исполнения сторонами своих обязательств.

Переданные Продюсеру по настоящему Договору исключительные права будут принадлежать ему в течение всего срока действия авторского права, включая возможные продления и восстановления этого срока.

8.2. Настоящий Договор может быть расторгнут в любое время по соглашению Сторон. Одностороннее расторжение допускается в случаях и порядке, предусмотренном настоящим Договором и законодательством Российской Федерации.

9. Ответственность сторон

9.1. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения любой из Сторон принятых на себя по настоящему Договору обязательств или недействительности данных ею гарантий, такая Сторона обязана возместить другой Стороне убытки (реальный ущерб и упущенную выгоду), причиненные виновным неисполнением или ненадлежащим исполнением соответствующих обязательств или недействительностью данных ею гарантий.

9.2. В случае несоблюдения Сценаристом каких-либо из указанных в п.п. 2.2., 2.3., 2.4. гарантий и обязательств Продюсер вправе в одностороннем порядке отказаться от исполнения настоящего Договора и/или потребовать от Сценариста выплаты в течение 10 дней с момента предъявления требования штрафной неустойки в размере _____ рублей. В случае расторжения настоящего Договора в результате несоблюдения Сценаристом своих гарантий и обязательств Сценарист обязан вернуть Продюсеру все полученные по нему суммы.

10. Урегулирование споров

10.1. Все споры и разногласия, возникающие из настоящего Договора или в связи с ним, разрешаются путем переговоров между Сторонами. При невозможности урегулирования указанных споров и разногласий они разрешаются в судебном порядке в суде по месту нахождения Продюсера в соответствии с законодательством Российской Федерации.

11. Дополнительные условия

11.1. С момента вступления в силу настоящего Договора предшествующие переговоры и переписка, а также имевшие место соглашения или заключенные договоры по вопросам, урегулированным настоящим Договором, теряют силу.

11.2. Соглашения о расторжении или изменении настоящего Договора, а также дополнения, приложения и протоколы к настоящему Договору действительны и являются неотъемлемой его частью только в случае, когда они совершены в письменной форме, подписаны уполномоченными представителями обеих Сторон и содержат прямую ссылку на настоящий Договор.

11.3. Названия статей и разделов в тексте настоящего Договора приведены для удобства пользования текстом и не могут учитываться при толковании настоящего Договора и рассматриваться как что-то поясняющие или определяющие.

11.4. Все письменные уведомления направляются по адресам, указанным в настоящем Договоре, заказной почтой с уведомлением о вручении, либо телеграфом, либо вручаются лично под расписку. В случае если уведомление не получено Стороной по причине смены своего адреса, указанного в настоящем Договоре, о которой другая Сторона не была уведомлена, уведомление считается полученным с даты его отправки, независимо от фактического его получения.

11.5. Под существенным нарушением Продюсером предусмотренных настоящим Договором обязательств по выплате Сценаристу вознаграждения стороны понимают просрочку выплаты причитающихся Сценаристу сумм более чем на 30 банковских дней с последующим неустранимым допущенного нарушения в течение 10 банковских дней с момента получения соответствующего письменного требования от Сценариста.

11.6. Во всем, что не предусмотрено настоящим Договором, Стороны будут руководствоваться законодательством Российской Федерации.

Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, один из которых будет находиться у Продюсера, один – у Сценариста.

Адреса и реквизиты сторон

Продюсер:

Сценарист:

Паспорт: серия

Подписи сторон:

Продюсер Сценарист

(_____) (_____)