

Источник:

<http://twoadverbs.web.aplus.net/loglinearticle.htm>

**I WROTE A 120 PAGE SCRIPT BUT CAN'T WRITE A LOGLINE:  
THE CONSTRUCTION OF A LOGLINE**

by Christopher Lockhart

**Я НАПИСАЛ СЦЕНАРИЙ НА 120 СТРАНИЦ, НО НЕ МОГУ НАПИСАТЬ ЛОГЛАЙН:  
КОНСТРУКЦИЯ ЛОГЛАЙНА**

Кристофер Локхарт

**Авторский адаптированный перевод Иванки**

После завершения сценария большинство авторов мечтает продать свою работу. Но это может быть сизифовым трудом в Лос-Анжелесе, где десятки тысяч сценариев борются за внимание замученных боссами ридеров, очень занятых агентов, вкалывающих с утра до ночи продюсеров и переутомленных руководителей студий. В бизнесе, где предложение превышает спрос, руководители студий физически не могут прочитать каждый сценарий каждого автора.

Каждый год Гильдия Авторов на Западе регистрирует более чем 40 000 сценариев (это не включает сценарии, зарегистрированные в WGA-East, тысячи незарегистрированных сценариев, и бесконечный поток идей и тритментов, которые рассылаются повсюду ежегодно в надежде их пристроить любым способом). Большинство этих сценариев просто ходят по рукам, но только горстка будет куплена. Но в конце года эти 40 000 сценариев не исчезают. Они продолжают бродить по лабиринту киностудий, в то время как еще 40 000 входят в эту систему, и так далее и так далее. В результате есть сотни тысяч сценариев, упорно борющихся за то чтобы быть поставленными.

Большинство сценариев, которые приобретают студии, продают профессиональные сценаристы с отменными послужными списками, тем самым весьма сужая нишу для новичков. Но, несмотря на мрачные перспективы, сценаристы-новички упорно продолжают рассылать свои сценарии агентам, мечтая о том, чтобы их труд купили. Первый шаг в этом процессе – это попытка убедить кого-либо из крутых кинобоссов прочитать сам сценарий. Эта трудная попытка обычно начинается с «**подачи» (питчинга)** .

**Подача/питчинг** – искусство представления вашей истории в КОМПАКТНОЙ и интригующей форме и манере, которая должна вызывать у слушателя желание прочитать и сам ваш сценарий. Неважно, как подает автор

свою историю – устно или в письменной форме. В любом случае автор должен успешно представить свой сценарий коротким текстом, который передает драматическую суть и интонацию сценария. Но при этом этот текст не должен быть скучным. Общий инструмент в этом деле, используемый и авторами, и ридерами, и продюсерами, и руководителями студий, называется **LOGLINE – ЛОГЛАЙН**.

### **ЛОГЛАЙН.**

**Логлайн передает драматическую историю сценария в максимально возможной лапидарной форме.** Он представляет основу драматического повествования без разработки характеров героев и ненужных подробностей. Это – история, сведенная к сути сценария. **Хороший и грамотный логлайн – это всего одно предложение, ДВАДЦАТЬ ПЯТЬ СЛОВ.** Более сложные сценарии, возможно, нуждаются в логлайне, состоящем из двух предложений. Есть доступные шаблоны, чтобы помочь авторам, но эти шаблоны часто превращают логлайн в примитивно-школьный, а не в драматический и гладкий. Автор должен изучить элементы того, как построить логлайн. Написать логлайн – отнюдь не простой труд и часто автор тратит на это огромное количество времени.

Это кажется несложным делом, но чаще автору довольно трудно выделить сердцевину истории для написания логлайна. Автор сваливает в кучу все аспекты повествования и не может определить, какие элементы истории имеют важное значение для логлайна, а какие могут быть временно опущены.

Качественный логлайн должен обязательно представлять:

- **о ком** история (кто главный герой/протагонист)
- **за что** борется главный герой (его цель)
- **что** стоит на пути главного героя (антигерой/антагонист/сила).

Логлайн никогда не рассказывает ВСЮ историю. Автор просто использует эти три (иногда четыре) главных элемента своей истории, чтобы подать драматический рассказ в четкой и очень ясной манере. Например, логлайн для «ВОЛШЕБНИКА СТРАНЫ ОЗ» («The Wizard Of Oz», 1939г. Классическая экранизация сказки Л. Фрэнка Баума с Джуди Гарленд в главной роли) может выглядеть так:

*После того, как смерч переносит одинокую девочку с канзасской фермы в сказочную страну, она должна во время опасного путешествия найти волшебника, который сможет вернуть ее домой.*

### **ГЛАВНЫЙ ГЕРОЙ.**

Описывая главного героя в логлайне, **никогда не называйте его имя.** Имена бессмысленны для ридера и могут запутать суть логлайна. Исключение – если герой очень известный человек (как, например, Джордж Вашингтон). Вместо того чтобы писать имя героя, назовите его

профессию/занятие или его жизненный или социальный статус: политический деятель или подросток, нейрохирург или бездомный.

Используйте **хорошо подобранное прилагательное**, чтобы внести большую ясность в характер героя. Такие, например, как «либеральный» для политического деятеля, или «поехавший с тоски» подросток. Прилагательное должно быть очень точным в описании героя. Например, героиню девочки в «ВОЛШЕБНИКЕ СТРАНЫ ОЗ» (Дороти) можно было считать «одинокой» или «заброшенной». Эти слова будут хорошо обозначать ее состояние (как знакомость) и контрастировать с ее заветной целью (чтобы возвратиться домой).

### **ЦЕЛЬ**

**Главная цель героя – это двигатель сценария**, и она обязательно должна присутствовать в логлайне. В «ВОЛШЕБНИКЕ СТРАНЫ ОЗ» у Дороти есть много целей. Она должна защитить свои туфельки; она должна встретить волшебника; она должна использовать метлу злой ведьмы. Но ее главная цель состоит в том, чтобы возвратиться в Канзас, домой. Именно эта цель – сердце драматического рассказа. Главная цель сценария чаще всего определяется в конце ПЕРВОГО АКТА. Это – поворотный момент в классически структурированных сценариях. **Цель героя, является ли она физической или психологической, должна быть обязательно определена в конце логлайна.**

Если автору самому еще неясно, какова главная цель героя, он должен определить и обозначить в логлайне кульминационный момент сценария. Кульминационный момент – это момент, где главный герой достигает своей цели или терпит неудачу в ее достижении.

Часто авторы вводят цель героя в сценарии слишком поздно. Это – фатальный недостаток. Если бы Дороти оказалась в стране Оз в конце второго акта (или даже в середине истории), то нельзя было бы сказать, что эта история о ее желании возвратиться в Канзас. Если больше чем половина истории только предваряет главную цель героя, то тогда это драматический рассказ о стремлении героя к чему-то, а не о цели. Сказать, что «НЕВЕРНАЯ» («Unfaithful», 2002г. Фильм Эдриана Лайна с Ричардом Гиром в главной роли) или «ГОСФОРД ПАРК» («Gosford Park», 2001г. Фильм Роберта Олтмена) истории об убийстве, было бы неточно, потому что убийства происходят далеко во втором акте.

### **ТОЧНЫЙ ПОРТРЕТ**

Многие записали бы логлайн фильма «ЭТА ЗАМЕЧАТЕЛЬНАЯ ЖИЗНЬ» («It's A Wonderful Life», 1946г. Фильм Фрэнка Капры), например, так:

*Добропорядочному семьянину, который хочет покончить жизнь самоубийством, дают возможность увидеть, на что походил бы мир, если бы он никогда не родился.*

Однако это было бы хитрой уловкой, потому что этот элемент истории не введен вплоть до заключительной трети фильма. Следовательно, это не то, о чем на самом деле повествует история. «ЭТА ЗАМЕЧАТЕЛЬНАЯ ЖИЗНЬ» – история человека из маленького американского городка, который жаждет сбежать из своего захолустья, чтобы добиться успеха в большом городе (его внутренняя цель – добиться успеха). К сожалению, загадка третьего акта сценария интригует нас больше, чем весь сценарий. Но для автора было бы просто непростительно – использовать логлайн, приведенный выше, потому, что продюсер ожидал бы этой загадки (интриги) на тридцатой странице сценария, а обнаружил бы на девяностой.

В логлайне вы не можете просто проигнорировать первые две трети истории. Однако, у сценария фильма «ЭТА ЗАМЕЧАТЕЛЬНАЯ ЖИЗНЬ» такой незабываемый третий акт, что нужно включить его в логлайн, который мог бы звучать так:

*Добропорядочный семьянин стремится сбежать из американского захолустья, чтобы добиться успеха в большом городе. Когда его попытки терпят неудачу, он замышляет самоубийство, но его ангел-хранитель показывает ему, на что бы был похож мир, если б он никогда не родился.*

Сценарий фильма «ЭТА ЗАМЕЧАТЕЛЬНАЯ ЖИЗНЬ» сегодня был бы переписан, потому что современные продюсеры настояли бы на том, чтобы интрига была введена в конце первого акта, а не в начале третьего. Очевидно, этот новый и улучшенный логлайн – более точный портрет истории, сведенный к ее основе.

#### **АНТАГОНИСТИЧЕСКАЯ СИЛА И УЧАСТИЕ**

Логлайн обязательно должен представить **антагонистическую силу** – элемент истории, который препятствует главному герою в достижении его цели. Здесь автор должен быть осторожен, чтобы не отяготить логлайн слишком многими деталями. В примере логлайна для «ВОЛШЕБНИКА СТРАНЫ ОЗ» антагонизм подразумевается фразой «опасная поездка». Хотя некоторые пуристы могут быть в обиде за то, что мы опустили упоминание о злой ведьме.

Однако упоминание другого характера в логлайне может подавлять его. **Трюк в том, чтобы написать логлайн, который будет лаконичным, но не сухим.** Начиная писать логлайн, автор может добавить все, что захочет (включая злую ведьму) и затем вырезать и отсеивать лишнее до тех пор, пока это не будет выглядеть равномерно и эффективно. В примере логлайна «ЭТОЙ ЗАМЕЧАТЕЛЬНОЙ ЖИЗНИ» нет никакого упоминания о мизантропе мистере Поттере. Конечно, можно было бы использовать его как антагониста в логлайне. Однако здесь антагонистом служат постоянные неудачи (как он их видит) добропорядочного семьянина. **Должно быть четко отражено, что антагонист – это препятствие главной цели героя.** Должно подразумеваться, что над чем-то нависла

угроза; должно предполагаться, что нечто важное может быть утеряно. Ридер, читающий логлайн, должен понимать, что смерть (буквально или фигурально) – это опасность именно **для главного героя**.

### **ЗАВЯЗКА ДЕЙСТВИЯ**

Другой элемент, который обязательно должен быть в хорошем логлайне, **это завязка действия**. Например, в некоторых сценариях мир усложнен (научная фантастика), и необходимо описать этот мир. В некоторых случаях у героя могло быть «прошлое» – как тайна или шрам – которое должно быть включено в логлайн, чтобы тот сработал. Например, обязательно надо включить понятие «предпреступления» в логлайн для «ОСОВОГО МНЕНИЯ» («Minority Report», 2002г. Фильм Стивена Спилберга с Томом Крузом):

*В будущем, где преступников арестовывают прежде, чем происходит преступление, отчаявшийся полицейский сбегает, чтобы доказать свою невиновность в связи с убийством, которое он еще не совершил.*

Без краткой завязки логлайн выглядел бы так:

*Отчаявшийся полицейский сбегает, чтобы доказать свою невиновность в связи с убийством, которое он еще не совершил.*

Для того, кто ничего не знает об этой истории, этот логлайн лишен всякого смысла. Но заметьте, что в первом логлайне нет деталей предпреступления. Читая логлайн, мы должны понять только основную функцию предпреступления.

### **ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЙ ЛОГЛАЙН**

Логлайн – это не сценарий. Это просто презентация драматической истории сценария. Нам не нужны лишние детали, чтобы понять, о чем история. Логлайн – своя собственная небольшая история, которая нуждается в нескольких компонентах, чтобы передавать нужный смысл. Логлайны «ВОЛШЕБНИКА СТРАНЫ ОЗ» и «ЭТОЙ ЗАМЕЧАТЕЛЬНОЙ ЖИЗНИ» представляют протагонистов и их цели с минимальным количеством дополнительной информации.

Как Вы помните, логлайн состоит из трех главных элементов:

**главный герой/протагонист**

**его цель**

**препятствие/антагонист**

Если необходимо, в логлайн включается информация для передачи атмосферы или фактов, имеющих отношение к персонажу. Всегда представляйте себе логлайн, выстроенный по линейной схеме, даже если сценарий представлен в нелинейной манере. Сначала – завязка,

потом – протагонист и его цель, и дальше – антагонист. Конечно, составляющие могут варьироваться.

### **ДРАМАТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ**

По всему ходу развития истории в сценариях задаются **драматические вопросы**. Они создают напряжение и побуждают ридера перевернуть страницу. **Логлайн делает то же самое в миниатюре: ставит вопросы, которые пробуждают любопытство и заставляют думать – а что же дальше?** В логлайне «ВОЛШЕБНИКА СТРАНЫ ОЗ» кто-то может заинтересоваться сказочной страной или задаться вопросом, что влечет за собой «опасная поездка».

Возможно, продюсера заинтересует, встретит ли маленькая одинокая сельская девочка волшебника, или на кого он будет похож. А также, найдет ли девочка дорогу обратно в Канзас. **Поэтому завершение сценария не должно быть отражено в логлайне.** Это – часть интриги.

Авторы часто помещают лучшую часть их сценария в финал. Вот сценарий с неожиданным окончанием – «ШЕСТОЕ ЧУВСТВО» («The Sixth Sense», 1999г. Мистическая драма М. Найт Шьямалана с Брюсом Виллисом в главной роли). Эффектный логлайн для этой истории может звучать так:

*Психолог пытается исцелить больного ребенка, который страдает от странного недуга – он видит мертвых.*

В сценарии Дэвида Бениоффа, который был продан за 1,8 миллиона долларов, и по которому и был поставлен фильм «ОСТАНЬСЯ» («Stay», 2005г. Фильм Марка Форестера) также есть неожиданная концовка. Логлайн мог бы быть таким:

*В то время как психиатр торопится спасти своего пациента от неминуемого самоубийства, он неожиданно обнаруживает, что сам запутался в сюрреалистичном и пугающем мире.*

В этих примерах логлайнов не включен неожиданный финал. **Хороший логлайн (как и сам сценарий) должен дразнить, показывая историю, которая не зависит от своего финала.** Предоставление слишком большого количества информации в логлайне может привести к обратному эффекту. Больше лишних деталей – больше недоверия к вашей работе. Сжатый, но четко структурированный логлайн должен поддразнивать и задавать вопросы, чтобы успешно возбудить интерес ридера.

### **ДИНАМИЧНАЯ «БОРЬБА» ВМЕСТЕ С ЛОГЛАЙНОМ**

Логлайн в первую очередь должен **передавать действие истории**, поэтому нужно как можно тщательней выбирать слова, которые будут являться движущей силой. Лучшие слова при написании логлайна – «бороться», «пытаться», «сражаться», «биться», «стремиться» и т.п.,

потому что они представляют нам цель (и масштаб) истории и указывает на драматичность событий. **Конфликт (основа драмы)** – это неотъемлемая часть слова «борьба».

«ЧЕЛЮСТИ» («Jaws», 1975г. Триллер Стивена Спилберга):

*После ужасных нападений акулы шериф изо всех сил **пытается** защитить жителей небольшого прибрежного городка от кровожадного монстра, несмотря на мешающих ему жадных владельцев курортного бизнеса.*

«ОБЫЧНЫЕ ЛЮДИ» («Ordinary People», 1980г. Драма, снятая Робертом Редфордом):

*Будучи помещенным в больницу за попытку самоубийства, подросток **борется** за свой рассудок, но сначала он должен противостоять своему самому значимому противнику – собственной матери.*

«ЧИКАГО» («Chicago», 2002г. Мюзикл Роба Маршалла):

*После убийства любовника жаждущая успеха певица **бьется** за свою карьеру, используя преступление как ступеньку к славе и счастью.*

**Всегда следите за тем, чтобы на переднем плане в логлайне был активный протагонист.** Главный герой должен отвечать за развитие истории. Из логлайна «ЧЕЛЮСТЕЙ» ясно, что у шерифа есть цель, и эта цель – суть повествования. В логлайне «ОБЫЧНЫХ ЛЮДЕЙ» отражена борьба подростка, которая двигает историю. Кстати, Тимоти Хаттон, который сыграл подростка и получил «Оскара» за лучшую роль второго плана, фактически играл роль не второго плана в рамках истории. Его «роль второго плана» была просто хитрой уловкой для того, чтобы обеспечить ему получение «Оскара». В примере «ЧИКАГО» певица-преступница стремится к славе.

#### **ПЕРЕДНИЙ ПЛАН ПРОТИВ ЗАДНЕГО ПЛАНА**

Держать главного героя на переднем плане в логлайне остается важнейшим условием. Кроме того, что оно задает движение истории, это еще и **помогает продюсеру представить себе актера для главной роли (хорошо бы звезду)**, что повышает вероятность продажи вашего будущего сценария. Если бы главный герой оставался на заднем плане, логлайн «ШЕСТОГО ЧУВСТВА» выглядел бы так:

*Перепуганный больной мальчик ищет помощи психолога. Он старается излечиться от странного недуга – мальчик видит мертвых.*

Хотя самый интригующий элемент в «ШЕСТОМ ЧУВСТВЕ» – проблема мальчика, история не посвящена целиком ему, и этот логлайн был бы неточным портретом драматического рассказа. В логлайне необходимо показать, что не кто-то, а именно главный герой борется, противопоставит чему-то. В этом примере это – борьба мальчика.

Приведенный выше более точный логлайн для «ШЕСТОГО ЧУВСТВА» показывает борьбу психолога, поскольку именно он – главный герой истории.

### **ВНЕШНИЙ ПРОТИВ ВНУТРЕННЕГО**

Так как сценарий – это история для кинофильма, то есть визуального воплощения – важно, чтобы логлайн **передавал визуальную/внешнюю эстетику будущего фильма**. Например, в логлайне нужно избегать слов «решает», «понимает», «учится», – особенно, когда вы описываете главный конфликт истории. Эти слова означают внутренний процесс, который не кинематографичен. **Если главная тема сценария основана на внутреннем процессе, в логлайне вы обязательно должны представить конфликт с внешней, драматической стороны.**

«ГАМЛЕТ», возможно величайшая драма, которая когда-либо была написана, основана на РЕШЕНИИ. Поскольку это пьеса, в ней для воплощения мыслей главного героя используются монологи. Они по сути театральны, но не кинематографичны (хотя в кино часто и используется закадровый голос). Но автор должен показать внутренний процесс как действие. Логлайн для «ГАМЛЕТА», например, мог бы быть таким:

*Узнав, что его отец был убит, погруженный в трагические раздумья принц мучительно решает, убить или не убить ему преступника – его же дядю, нового короля.*

В конечном счете, сценарист, который задумывает историю для фильма, должен изобрести не вербальную, а визуальную концепцию, которая по своей сути будет внешней/визуальной. Боюсь, что воротилы Голливуда вынудили бы Уильяма Шекспира повторно (и обязательно визуально) изобретать ГАМЛЕТА, если бы Великий Бард был современным новичком-сценаристом, продающим свой первый сценарий.

### **НАСТУПЛЕНИЕ ПРОТИВ ОБОРОНЫ**

Убедитесь, что в вашем логлайне **персонаж является неотъемлемой частью истории**. Из названия «БЕГЛЕЦ» («The Fugitive», 1993г. Фильм режиссёра Эндрю Дэвиса с Харрисоном Фордом) кажется, что главный персонаж в бегах. Логлайн звучал бы так:

*Знаменитый хирург, ложно обвиненный в убийстве, спасается бегством от безжалостного федерального агента, который гонится за ним по пятам.*

Проблема этого логлайна в том, что главный герой в нем защищается, а не нарушает. Он сбегает – и это защита. Вспомним эту историю – ложно обвиненный герой ищет убийц своей жены. Это – его цель, и она заставляет его двигаться и наступать. Вот логлайн, соответствующий сути истории «БЕГЛЕЦА»:



*Знаменитый хирург, ложно обвиненный в убийстве своей жены, спасается бегством от безжалостного федерального агента, при этом отчаянно пытаясь найти настоящего убийцу.*

### **АНСАМБЛЬ КАК ГЛАВНЫЙ ГЕРОЙ**

Если в сценарии в качестве главного героя изображена группа людей, то вся группа может быть представлена протагонистом. Вот логлайн для «ВЕЛИКОЛЕПНОЙ СЕМЕРКИ» («The Magnificent Seven», 1960г. Классический вестерн Джона Стерджеса):

*Команда стрелков из всех сил пытается спасти жителей мексиканского поселка от жестокой бандитской шайки.*

Логлайн для «ВОИНОВ» («The Warriors», 1979г. Фильм Уолтера Хилла) мог бы быть таким:

*После того как уличную банду несправедливо обвиняют в убийстве, герои отчаянно сражаются за возможность вернуться на свою территорию, потому что все банды города начинают на них охоту.*

У «ПРИКЛЮЧЕНИЙ ПОСЕЙДОНА» («The Poseidon Adventure», 1972г. Фильм-катастрофа Роланда Нима) мог бы быть такой логлайн:

*После того, как роскошный лайнер опрокинуло гигантской цунами, группа оставшихся в живых из всех сил пытается спастись из неповрежденных помещений корабля, прежде чем судно утонет.*

Однако в группе часто есть центральный персонаж, и логлайн мог бы звучать с его точки зрения. Если кто-то считает, что Юл Бриннер – центральный персонаж в «ВЕЛИКОЛЕПНОЙ СЕМЕРКЕ», логлайн выглядел бы так:

*Профессиональный стрелок собирает уникальный отряд, который из всех сил пытается спасти мексиканский поселок от жестокой бандитской шайки.*

Если бы Майкла Бека считали центральным персонажем в «ВОИНАХ», то логлайн выглядел бы так:

*Будучи обвиненным в убийстве, предводитель уличной банды из всех сил пытается вернуть банду на свою территорию – потому что все банды города начинают на них охоту.*

Если Джина Хэкмена считать центральным персонажем в «ПРИКЛЮЧЕНИИ ПОСЕЙДОНА», логлайн звучал бы так:

*После того, как роскошный лайнер опрокинуло гигантской цунами, непоколебимый в своих убеждениях священник из всех сил пытается*

*возглавить группу выживших и заставить их спастись из неповрежденных помещений корабля, прежде чем судно утонет.*

Хотя оба примера (первый показывает целиком группу как главного персонажа, второй сфокусирован на центральном характере) представляют точные портреты этих историй, намного лучше **сконцентрировать логлайн на центральном персонаже**. Опять же, это позволяет продюсеру удостовериться, что в истории есть роль для звезды, которая всегда увеличивает полную стоимость проекта и возбуждает аппетиты производителей, агентов, руководителей и актеров.

### **РЕАЛИСТИЧЕСКИЙ И ТЕМАТИЧЕСКИЙ ЛОГЛАЙНЫ**

Реалистические сценарии – это истории, в которых применяются психологические цели в качестве главного драматического двигателя истории – вместо физических целей. Физические цели (которые в основном и творят архетип героя) – наиболее предпочитаемы как образ действия в Голливуде. Реалистические же сценарии обычно воздерживаются от привычного удобного голливудского формата и всегда зависят от качества написанного – а не от актуальности концепции. Для начинающих сценаристов этот вид сценариев намного усложняет вхождение в бизнес.

Коммерческая привлекательность для реалистических сценариев ограничена, и основная идея в них обычно выглядит бледной – при написании яркого, блестящего логлайна возникают трудности. С тех пор как повсеместной практикой стало то, что новички-сценаристы должны захватить внимание агентов или продюсеров исключительно с помощью логлайна, писатели-реалисты находятся в трудном и незавидном положении. Хотя работа может быть достойна Оскара, награда уйдет другому, потому что именно логлайн не произвел должного впечатления.

К сожалению, начинающий писатель скорее напишет посредственный сценарий с сильной предпосылкой, чем сильный сценарий с посредственной предпосылкой, потому что сильная предпосылка (и выражение ее – логлайн) может привлечь внимание продюсера. Поиски сценария продюсером похожи на ритуал спаривания. Как человеческие существа, мы поверхностны и смотрим сначала на внешнюю оболочку, ничего не зная о самом человеке. Именно эта оболочка и соблазняет нас.

Неотразимый тематический логлайн соблазняет продюсера. Истории, которые описывают героический архетип, похожи на супермоделей среди сценариев, в то время как реалистичные истории подобны невзрачным людям. Какая-нибудь Джейн может быть чудеснейшим человеком на Земле, однако в субботу вечером она сидит дома одна. Конечно, и невзрачный человек может заслужить популярность и любовь, однако он может ждать их несколько лет.

Начинающий сценарист хочет, чтобы его проект насколько возможно был привлекателен. Но, несмотря на реальное положение дел, реалистические сценарии все же приобретаются и продюсируются.

Часто реалистический сценарий может представлять несколько различных основных сюжетных линий – и сосредотачиваться вокруг одной темы или места: пример – «НЭШВИЛЛ» («Nashville», 1975г. Музыкальный фильм Роберта Олтмена). «РЕАЛЬНАЯ ЛЮБОВЬ» («Love Actually», 2003г. Романтическая комедия Ричарда Кертиса) показывает много характеров в нескольких различных историях, рассказывающих о вариациях любви. Нет никакого превосходства одной истории над другой – поэтому невозможно сфокусировать логлайн на какой-то одной истории или персонаже. Вместо всего этого логлайн должен представить тему, которая в этом случае – любовь.

Логлайн может быть таким:

*Группа из самых разных людей борется за удовольствия, боль и силу любви.*

Этот логлайн не потрясет многих, но это – наиболее точное выражение сценария. Для неопытного, пытающегося «протокнуть» этот логлайн, это труднодостижимая задача. Однако, для Ричарда Кертиса («ЧЕТЫРЕ СВАДЬБЫ, ОДНИ ПОХОРОНЫ», «НОТТИНГ ХИЛЛ», «ДНЕВНИК БРИДЖЕТ ДЖОНС»), которому не нужны логлайны, чтобы привлечь внимание, это вообще не проблема. Логлайн для Оскароносного «ГОСФОРД ПАРК» мог бы быть таким:

*Во время коротких каникул в британском загородном доме слуги следят за порядком и соблюдением протокола в угоду своим аристократам-наимателям – пока угроза убийства не разрушает весь устоявшийся уклад.*

**Когда вы пишете логлайн, основанный на размышлениях, избегайте нравоучительной интонации.** Когда вы пишете логлайн, основанный на героических поступках – вообще не пишите о размышлениях. Публика не пойдет в кино, чтобы, наконец, понять: «нет места теплее родного дома». В первую очередь люди идут в кино, чтобы развлечься и быть тронутыми путешествием Дороти в страну Оз. Иными словами, избегайте такого:

*После того как ураган перемещает маленькую сельскую девочку в волшебную страну, она отправляется в опасное путешествие, чтобы найти волшебника, который сможет вернуть ее домой. Убив злую ведьму, она возвращается на свою ферму в Канзас со счастливыми мыслями, что нет места лучше дома.*

Обычно хороший писатель уходит в логлайн (и не только) от интерпретации глубинного значения своей драмы. Позволяет зрителю понять это самому. Найти свое собственное понимание драмы.

### ЛОГЛАЙН ПРОТИВ ИДЕИ

Часто авторы совершенствуют именно свою идею, чтобы красиво преподнести сценарий. **Идея – это вводная часть (с конфликтными ситуациями), которая передает суть фильма меньшим количеством слов, чем это делает логлайн.** Идея часто использует противоположности, чтобы определить драматичность и размах фильма. Идея для фильма «ЛЖЕЦ, ЛЖЕЦ» («Liar, Liar», 1997г. Комедия Тома Шэдьака с Джимом Керри в главной роли) – это «адвокат, который не может солгать». Идея для «0» («0», 2001г. Фильм Тима Блайка Нельсона) – «Отелло в средней школе». Адвокат, который не может солгать, демонстрирует чрезвычайную ситуацию. То же самое верно для Отелло, оказавшегося в средней школе. Идея помещения шекспировской трагедии в школу – это тоже экстремально.

Однако, идея – это не логлайн. «Адвокат, который не может солгать» не несет в себе три (или четыре) элемента истории. Верный логлайн для «ЛЖЕЦ, ЛЖЕЦ» звучал бы так:

*Когда его сын загадывает желание, чтобы он говорил только правду, патологический лжец-адвокат магическим образом принужден быть честным один день, и он пытается выиграть самое грандиозное дело за всю свою карьеру – говоря только правду.*

Кроме того, не путайте tagline на рекламном постере кинофильма с логлайном. Таглайн – это зазывающая фраза, используемая в рекламе. Одна из самых известных была написана для «ЧЕЛЮСТЕЙ 2» («Jaws 2», 1978г. Сиквел знаменитого фильма «Челюсти», режиссер Жанно Шварц): «Именно тогда, когда вы подумали, что в воду вернуться безопасно...» Это – забавно, и привлекает внимание, и вполне годится для one sheet («one sheet» – одностраничный рекламный постер к кинофильму) **Однако таглайн не показывает всех необходимых элементов истории, чтобы дать увидеть ридеру драматические составляющие повествования.** Таглайн не может передать ридеру сути истории.

### ДИАГНОЗ И ПРОГНОЗ

Опытные продюсеры читают логлайн, как врачи – снимок компьютерной томографии. Основываясь на одном предложении, они могут предугадать сильные и слабые места сценария. Часто продюсеры слышат от авторов: «Я не силен в логлайнах, но у меня отличные сценарии». Логлайн – это просто побочный продукт сценария. **Если в сценарии есть системные ошибки, то эти ошибки обязательно появятся в качестве симптома внутри логлайна.** Например, если в логлайне есть пассивный главный герой, вполне очевидно, что сценарий будет медленно развиваться и будет небогатым на события из-за бездейственного героя.

Если в логлайне сложно увидеть четкую и ясную цель для протагониста, сценарий тоже наверняка будет наполнен скукой. Единственная причина, по которой у сценаристов не удаются логлайны, это то, что их сценарии плохо структурированы. Автор, который четко представляет себе главного героя, его цель и препятствие, с легкостью напишет качественный логлайн.

Однако, авторам подчас неясны эти базовые драматические элементы, они не включают их в свое повествование и затем, как результат, мучаются с конструкцией логлайна, когда сценарий уже завершен. Чтобы избежать этой проблемы, **автор должен написать логлайн прежде чем он приступит к написанию сценария!**

Логлайн – это хороший старт, когда идет «мозговая атака», и это упрощенная схема, показывающая, что у писателя все основные элементы на своем месте, и он может отправляться в творческое путешествие по написанию сценария.

#### **ЛОГЛАЙН И QUERY LETTER (ЗАЯВКА)**

Логлайн чаще всего используется в письменной корреспонденции. Например, когда посылается письмо актеру с надеждой привлечь его к проекту, отправляется и логлайн. Агенты поступают так же, когда отправляют сценарии своим клиентам. В устной речи, во время питчинга, логлайн тоже очень и очень полезен. С него можно начать расхваливать свой сценарий. Логлайн ориентирует слушателя на основные элементы истории, которые потом позволят писателю подробнее остановиться на истории. Очень часто без помощи логлайна внимание слушателя переключается, потому что история становится слишком сложной и запутанной. Если начать питчинг «ВОЛШЕБНИКА СТРАНЫ ОЗ», было бы умным ходом начать с логлайна, а потом уже украшать историю разными смачными деталями про дорогу из желтого кирпича, Страшилу, ведьму на метле, волшебника-обманщика и так далее.

Честолюбивые профессионалы обязательно используют логлайн в query letter – своего рода заявках. Query letter могут быть весьма действенным способом привлечь внимание продюсерской компании или литературного агентства. **В противовес популярному мифу, заявки чаще всего читают.** Однако, правда, и то, что большинство из них летит в корзину. Но это случается только потому, что представленная вами идея не увлекает ридера. Даже от хорошо написанного логлайна могут отказаться, если идея не входит в предпочтения ридера – но это уже вопрос вкуса ридера или жанра, к примеру. Только ничтожно маленькая горстка писем привлечет внимание ридера, продюсера или агента. И чем крупнее компания или агентство, тем сложнее это будет сделать.

Query letter или заявка, – это ваше грамотное предложение ридеру рассмотреть ваш тритмент или сценарий. Работа автора состоит не в

том, чтобы предугадать, кто может, а кто не сможет ответить на заявку. Это не продуктивно и подрывает процесс. Автор должен написать сжатое, но очень эффективное письмо тому, кому он решит его отправить. Автор поступит неправильно, если спросит: «Могу ли я отправить письмо тому-то и тому-то?» Самое худшее, что может случиться, это то, что письмо окажется в корзине. **Будьте настойчивы.** Отправляйте заявки – даже тем компаниям, которые декларируют, что они не принимают не запрашиваемый ими материал (если агент вдруг увидит сногсшибательный логлайн, он тут же возьмет в работу сценарий, предварительно выслав релиз-форму). Продолжайте отправлять заявки в одно и то же место каждые три-четыре месяца до тех пор, пока вас не попросят выслать сценарий или, в конце концов, пока не придет отказ. Ищите те места, где есть текучка кадров – и это обеспечит новую жизнь заявке, однажды отклоненной кем-то, кто уже не работает в компании.

Когда вы пишете заявку, обязательно нужно, **чтобы логлайн был представлен не позже чем во втором абзаце**, а предпочтительнее – в первом. Заявка может начинаться логлайном. Следующий абзац может сжато описать детали истории – только если вы считаете, что это абсолютно необходимо. Сжатый синопсис должен уложиться не более чем в шесть предложений. Хороший логлайн может быть эффективным, потому что он не перегружает информацией. Слишком много информации может привести к тому, что ридеру не понравится история. **Хороший логлайн предлагает достаточно, чтобы вызвать желание узнать дальше, но он не отвлекает ридера.** Третий абзац может содержать некоторую биографическую информацию. Однако, как показывает практика, в большинстве случаев только логлайн привлечет, или оттолкнет ридера.

#### **РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ QUERY LETTER (ЗАЯВКИ)**

Хотя не существует единых правил для написания заявок, ниже некоторые рекомендации:

**Не будьте многословны.** Сконструируйте свою заявку так, как будто у ридера расстройство внимания. Сохраняйте краткость и точно следуйте своей мысли. Ридер должен полностью охватить ваш питчинг одним взглядом на страницу. Если ридер будет продираться сквозь бесконечную череду слов и абзацев, вы его потеряете. **Трех абзацев достаточно. Больше одной страницы – это перебор.**

**Избегайте глупых, самоуничижающих или подобострастных писем.** Будьте профессионалом. Часто комедийные авторы пытаются писать забавные письма. Иногда это работает. Однако, если письмо не вызывает смеха, это убьет сценарий. Пусть сама работа заставит смеяться. Это грустно, но над глупыми письмами часто смеются, когда получают их, прежде чем они отправятся в корзину. Или, что хуже, на них ссылаются, приводя в пример, как не надо делать и помещают на доску позора, в том числе и в Интернете.

**Вся информация в вашей заявке должна быть уместной.** Не нужно излишеств. Например, автор напишет агенту, что она – бабушка 12 внуков, или другой скажет: «У меня степень в бухгалтерском деле». Пишите только то, что абсолютно необходимо. Агентам наплевать, что автор получил степень магистра бизнес-администрирования в штате Мичиган. Однако имеет смысл написать: «У меня – диплом бакалавра в кинематографии, полученный в...». Если автор и агент закончили одно и то же учебное заведение, будет нелишним обронить про это, не пытаясь быть слишком назойливым (агент и сам разберется, что к чему).

Когда вы пишете заявку, включите в нее название сценария, логлайн и, возможно, короткое описание применительно к уже существующим фильмам, например: это коктейль из «ВТОРЖЕНИЯ ПОХИТИТЕЛЕЙ ТЕЛ» И «ЭПИДЕМИИ» («Invasion of the Body Snatchers», 1978г. Триллер Филиппа Кауфмана. «Outbreak», 1995г. Фильм-катастрофа Вольфганга Петерсена) и несколько сжатых сведений о себе – если они относятся к написанию сценариев. Например, включите любой уважаемый конкурс сценариев, который вы выиграли. Однажды в заявке уточнялось, что автор занял 429-е место на конкурсе Writer's Digest. Хотя это может быть великим достижением для самого писателя, для Голливуда это более чем ничтожно мало. Вы же знаете людей? Поэтому лучше просто не писать об этом. Если сценарий не выиграл конкурс или не вышел в финал, пишите размыто о том, куда вы его представляли. Также, если это не недавняя победа, не пишите даты («этот сценарий выиграл награду в конкурсе Гриффита в 1936 году, и он персонально поздравил меня»).

**Не включайте сцены из сценария в вашу заявку.** Сцены, описания персонажей, действие или диалог могут выглядеть непривлекательно, будучи вырванными из контекста. Сценарии заслуживают того, чтобы быть прочитанными целиком и полностью.

**Избегайте хвастовства.** Никогда не пишите, о том, как кто-то положительно прокомментировал вашу работу. «Мой коллега-профессор из киноколледжа сказал, что это лучший сценарий, который он прочитал студентам в этом семестре». «Местный почтальон сказал, что мое изображение почтовой службы США исключительно точное и захватывающее». «Мэри Джонс из Уорнер Бразерс без ума от сценария, но я сказал, что его должен прочитать агент». Если Мэри Джонс понравился сценарий, она должна сделать то, что в ее власти – заполучить этот сценарий (хотя на самом деле Мэри Джонс вежливо отделалась от автора). Иногда такие цитаты предполагают непреднамеренный подтекст, который служит писателю плохую службу. Также избегайте преувеличенных и размытых описаний сценария типа: «Это полная действия история, описывающая ощущения персонажа в разгар его романа, история, которая разобьет ваше сердце». Любое пускание пыли в глаза непрофессионально. Это глупо, когда автор бахвалится своей работой. Нечего и говорить, что писатель всегда

полагает, что его «персонажи захватывают», и его история «актуальна в наше время».

**Не включайте дополнительный материал.** Например: «С надеждой на то, что вы прочтете мой новый сценарий «СТЫД: ДЕВУШКА С ИНФЕКЦИЕЙ, ПЕРЕДАЮЩЕЙСЯ ПОЛОВЫМ ПУТЕМ» я приложил восьмистраничный иллюстрированный буклет о сифилисе. Шансы на то, что буклет прочтут, равны нулю. Также не посылайте еду или конфеты вместе с письмом. Никто в здравом уме не съест ничего, присланного странным незнакомцем.

**Не предлагайте свой вариант актерского состава (если вы сами не представляете какого-либо актера), не пишите концепцию маркетинга и не придумывайте таглайн.**

**Отредактируйте письмо.** Можно предположить, что все писатели отлично знают родной язык. Однако заявки часто изобилуют словами с орфографическими ошибками. Также в заявках распространены грамматические и синтаксические ошибки. Избегайте ошибок, потому что это всегда очень раздражает ридера!

**Письма должны быть адресованы определенному человеку.**

Удостоверьтесь, что его имя и фамилия написаны правильно. Проверьте в голливудских справочниках, в Интернете или позвоните, чтобы уточнить правильность написания. Дважды проверьте, что ридер или продюсер еще работает в компании. Фамилия агента может быть в «Справочнике голливудских агентов и менеджеров», но текучка ужасная, и сегодня агент – в УТА, а уже завтра – в САА.

**Не пишите от руки.** И конечно, должное внимание должно быть уделено конверту и/или оформлению письма, отправленного по e-mail.

**Не вставляйте да/нет на открытках, которые вы сами себе адресуете (пока не попросят).**

**Никогда не отправляйте сценарий вместе с письмом – пока вас не попросят.** Когда у вас запросят сценарий, не просите, чтобы его вернули, и не вкладывайте адресованный себе конверт с маркой, в котором сценарий следует вернуть – пока не попросят.

#### **БОЛЕЕ 6000 СЛОВ, ПОСВЯЩЕННЫХ ДВУМ ПРЕДЛОЖЕНИЯМ**

Дилетанту покажется нелепым, что так много слов может быть посвящено написанию логлайна. Это не ядерная физика и не толкование Джона Донна или Шекспира, которые могут вдохновить на написание многих томов. Однако логлайн играет существенную роль в жизни сценария. Логлайн используется, чтобы сформировать драматическое повествование до того, как будут написаны первые слова сценария: ИЗ ЗТМ. Логлайн помогает автору не сбиться с пути во время написания



сценария. Когда сценарий будет завершен, логлайн послужит средством маркетинга. Он будет использован в заявках, релиз-формах, конкурсных анкетах. Агенту или менеджеру логлайн крайне необходим, чтобы рассказать о сценарии в агентстве или на студии. Аналитики прочитают сценарий и напишут логлайн. После того как сценарий будет приобретен, логлайн используют в электронной почте, подборе актеров, поисках инвесторов и финансистов. Логлайн нужен, чтобы привлечь таланты. После выхода фильма логлайн используется прессой, на коробках DVD и в журнале ТВ-гид.

Автору нужно побороть ненужный страх, связанный с неумением писать логлайны. Надо практиковаться, придумывая логлайны для недавно вышедших на экраны фильмов или прочитанных сценариев. Пока у Голливуда нет другой альтернативы, **логлайн останется неотъемлемой частью процесса**, и сценаристу следует научиться успешно конструировать логлайны, которые представят его сценарий в самом точном и эффектном виде.