

**ДИН МОВШОВИЦ**

# **РІХАР РАССКАЗЫВАЕТ**

**Правила эффективного сторителлинга  
на примере лучших мультипликационных  
фильмов Ріхар**



# Об авторе

Дин Мовшовиц окончил отделение кино и телевидения Тель-Авивского университета, получив специальность сценариста. После учебы он занял должность руководителя отдела Кино и Медиа в израильском Департаменте культурного сотрудничества в Северной Америке при Генеральном консульстве Израиля в Нью-Йорке. Свое первое признание в качестве сценариста он получил в шестнадцать лет в Израиле за короткую комедийную работу. Дин пишет о кино для сайта Taste of Cinema и журнала Tel Aviv Cinematheque, а во время работы в консульстве часто выступал с лекциями об израильском кинематографе. Автор не раз модерировал сессии с деятелями киноиндустрии в форме «вопрос-ответ» в Lincoln Plaza Cinemas, Film Forum, Jacob Burns Film Center и других культурных центрах. Предыдущее сотрудничество автора с Bloop Animation было отмечено сайтами The A. V. Club, Daily Dot и другими культурно-развлекательными ресурсами.



# Содержание

<b>Об авторе</b> . . . . .	3
<b>Введение</b> . . . . .	9
<b>Глава 1. ВЫБИРАЕМ ИДЕЮ</b> . . . . .	11
Золотая жила: выбираем идеи с БОЛЬШИМ потенциалом . . . . .	11
Прощаемся с зоной комфорта: чем больше дискомфорта, тем сильнее история . . . . .	12
Персонаж и мир на пути к испытанию: возможные предпосылки конфликта . . . . .	15
Расчётливость: как каждая сцена «Рататуй» соотносится с его главной идеей? . . . . .	16
Подведём итоги . . . . .	22
В «Головоломке» . . . . .	23
<b>Глава 2. СОЗДАЕМ УБЕДИТЕЛЬНЫХ ПЕРСОНАЖЕЙ</b> . . . . .	25
Интересным персонажам есть о чём беспокоиться . . . . .	25
Сильная обеспокоенность рождается из непоколебимых принципов . . . . .	27
Самые твёрдые убеждения рождаются из (болезненного) опыта . . . . .	29
Подведём итоги . . . . .	32
В «Головоломке» . . . . .	32

<b>Глава 3. ВЫЗЫВАЕМ ЭМПАТИЮ</b> . . . . .	35
Три уровня симпатии . . . . .	35
Эмпатия . . . . .	37
Желание и мотив . . . . .	39
«Зачем, понуря голову, грустить о том, чего уже не воротить?» . . . . .	41
Подведём итоги . . . . .	44
В «Головоломке» . . . . .	45
<b>Глава 4. ДРАМА И КОНФЛИКТ</b> . . . . .	47
Больше, чем вопрос «жизни и смерти» . . . . .	47
Эмоциональный конфликт: создание и подача . . . . .	50
Повышаем ставки и прыгаем выше головы . . . . .	52
Изменение и раскрытие характеров — шанс на создание . . . . .	54
Подведём итоги . . . . .	57
В «Головоломке» . . . . .	58
<b>Глава 5. СТРУКТУРА PICHAR</b> . . . . .	61
Пара слов о структуре . . . . .	61
Основные события: Что? Как? Почему? . . . . .	65
Многослойный торт сторителлинга . . . . .	68
Связывающие линии . . . . .	69
Двойные кульминации . . . . .	71
Не перегружайте структуру . . . . .	73
Подведём итоги . . . . .	74
В «Головоломке» . . . . .	75
<b>Глава 6. ВЫБОР ПЕРСОНАЖЕЙ</b> . . . . .	79
Ваша история как эффективная машина . . . . .	79

Персонажи как функции сюжета . . . . .	81
Пишите честно . . . . .	82
Создание неповторимого персонажа . . . . .	83
Подведём итоги . . . . .	84
В «Головоломке» . . . . .	85

## **Глава 7. ЗЛОДЕИ . . . . .**

87

Пара слов об антагонизме . . . . .	87
Злой или проблемный . . . . .	88
«Хорошие» злодеи . . . . .	89
Антагонисты как зеркальное отражение . . . . .	92
Вывод . . . . .	92
В «Головоломке» . . . . .	93

## **Глава 8. РАЗВИВАЕМ ИДЕЮ . . . . .**

95

Планирование или исследование . . . . .	96
Обманутые ожидания . . . . .	97
Очертите границы — творческие ограничения . . . . .	99
Подведём итоги . . . . .	99
В «Головоломке» . . . . .	100

## **Глава 9. КОНЦОВКИ . . . . .**

103

Случайность или персонаж . . . . .	103
Возвращаемся к началу — отвечаем на вопросы, о которых зрители забыли . . . . .	106
Развязка — показываем обновлённый мир . . . . .	107
Подведём итоги . . . . .	108
В «Головоломке» . . . . .	109

<b>Глава 10. ТЕМА</b> . . . . .	111
Что такое тема? . . . . .	111
Придумываем тему. Шаг 1: выясняем, о чём наша история . . . . .	112
Придумываем тему. Шаг 2: пронизываем всю историю найденной темой . . . . .	113
Вывод . . . . .	116
В «Головоломке» . . . . .	117
<b>Глава 11. СОВЕТЫ НАЧИНАЮЩЕМУ ХУДОЖНИКУ</b> . . . . .	119
<b>Благодарности</b> . . . . .	124
<b>Фильмография</b> . . . . .	125
<b>Библиография</b> . . . . .	127

# Введение

Ріхар — это тот редкий случай, когда студия обрела самостоятельный голос в киноиндустрии, полюбившийся как зрителям, так и критикам и кинематографистам. Главная причина такого успеха кроется в способах рассказывания историй (сторителлинге), которые студия поддерживает и продвигает. Фильмы Ріхар знамениты своими насыщенными выдуманнами мирами, великолепным визуальным исполнением, оригинальными сюжетами. Но именно их уникальная способность трогать зрителей до глубины души поражает нас каждый раз, когда мы смотрим очередную новинку студии, которая заставляет взрослых плакать наравне с детьми. Ріхар выбирает истории и рассказывает их в невероятно убедительной и трогательной манере. Несмотря на то, что каждый анимационный фильм погружает нас в совершенно новый и не похожий на другой мир, подход киностудии к сторителлингу остается неизменным.

В этой книге я расскажу о последовательных методах сторителлинга, которыми пользуется Ріхар. При пристальном взгляде на фильмы студии можно выявить определенные повторяющиеся раз от раза схемы. Некоторые из них универсальны и покажутся очевидными любому начинающему сценаристу. И в данном случае примерное использование этих схем послужит путеводной звездой

и базой, на которую сможет опереться любой, пробуящий себя на поприще рассказчика. Другие, более специфические методы рассказывания историй, помогут объяснить секрет успеха студии. В этой книге мы рассмотрим и раскроем механизмы и методы, благодаря которым все фильмы Pixar попадают точно в цель.

Хочу обратить ваше внимание на то, что в книге я фокусируюсь исключительно на методах сторителлинга Pixar и игнорирую множество других эффективных способов рассказывания историй. Несмотря на множество рисков, которые берет на себя Pixar, и стремление наделять каждый свой фильм душой, полностью погружаясь в производство, студия по-прежнему производит крупнобюджетные картины для всей семьи, которые не оставляют равнодушным никого. Именно эти анимационные фильмы находятся в центре внимания моей работы. Я искренне верю, что каждый аспект, освещенный здесь, окажется полезным для любого кинопроекта — будь то короткометражка или полнометражная картина, игровое кино или анимированное, ориентированное на Голливуд, кинофестиваль «Сандэнс» или Канн.

Не стесняйтесь обсуждать и оспаривать идеи и методы, представленные в этой книге, на сайте [Bloop Creators Club \(www.bloppanimation.com/creators-club\)](http://www.bloppanimation.com/creators-club) или в Твиттере @mdean317.

# ВЫБИРАЕМ ИДЕЮ

*«Всё, что сделало это дерево таким громадным,  
уже хранится внутри нашего крошечного семечка.  
Ему нужно лишь время, немного дождя,  
солнца и — вуаля!».*

— ФЛИК

## **Золотая жила: выбираем идею с БОЛЬШИМ потенциалом**

Выбирать идею для фильма — примерно то же самое, что искать место для золотого рудника. Где-то вы найдете все лишь несколько самородков, а где-то обнаружите золотую жилу. Оба варианта могут стать основой для отличной истории — самородки ведь тоже золотые. Но «золотая жила», те самые понятные и созвучные идеи, которые предлагают множество уровней драматического эффекта и вариантов повествования, лучше всего поддаётся обработке и, впоследствии, становится более понятной и близкой зрителю.

Очевидно, что Рихар всегда предпочитает отдельным самородкам золотую жилу. Отчасти успех студии произрастает из её способности распознать и разработать сильные

и цепляющие идеи, которые, как правило, обладают мощным эмоциональным багажом. Из таких идей рождается насыщенный экзотический мир (будь то мир монстров, игрушек или супергероев), который предлагает огромное количество возможностей для воображаемого места действия, визуальных эффектов и оригинальных сцен. Что еще важнее, эти идеи содержат в себе колоссальную эмоциональную нагрузку, что по умолчанию делает их привлекательными и понятными.

## **Прощаемся с зоной комфорта: чем больше дискомфорта, тем сильнее история**

Как вырастить из идеи историю, которая стимулировала бы эмоциональную вовлеченность зрителя? Большинство хороших историй строится вокруг переживаний персонажа, выдернутого из зоны комфорта. Рихард всегда выясняет, чего хочется главному герою и даёт ему совершенно другое. Такое состояние дискомфорта — находка для писателей и сценаристов по нескольким причинам.

На повествовательном уровне оно элементарно дает толчок развитию сюжета — создаёт сцены. Так вы, как писатель, получаете основной материал для работы. Если вы пишете о крысе, которая пытается готовить в канализации, это может показаться милым, даже оригинальным, но не обязательно интересным или драматичным. Но если вы пишете о крысе, пытающейся стать поваром в ресторане высокой кухни, ваши повествовательные возможности мгновенно возрастают. Как зверёк попадает в ресторан?

Как он сможет заниматься готовкой на постоянной основе? Что случится, если его кто-нибудь увидит? Что будет, если его стряпня окажется действительно вкусной? Все эти вопросы приводят к появлению сюжетных линий, которые можно исследовать и разрабатывать. И всё, что для этого требовалось, — поместить персонажа в самые сложные условия, в которые он только мог попасть.

На другом, более глубоком уровне, ваша идея должна заставить персонажей отправиться в эмоциональное путешествие. Герой, оказавшийся вне привычной обстановки, вынужден действовать активнее, чтобы вернуться в свою зону комфорта, совсем как в реальной жизни. Это желание возвратиться к нормальной жизни стимулирует действия, решения и эмоции, которые и составляют подоплёку вашей истории. Концепция «Истории игрушек», что «игрушки на самом деле живые», сразу захватывает и открывает огромное количество повествовательных возможностей и яркий воображаемый мир. Однако пока концепция не дополнена идеей о том, что «любимую игрушку заменяют новой, блестящей игрушкой», в ней нет эмоциональной нагрузки, конфликта.

В «Истории игрушек» появление Базза Лайтера полностью меняет, казалось бы, естественный статус Вуди в качестве любимой игрушки Энди. В ответ на происходящее Вуди отваживается на рискованный шаг, из-за которого оказывается в крайне некомфортной ситуации: потерянный хозяином и запертый в подвале Сиды.

Популярность Базза — худшее, что могло случиться с Вуди, который всегда был уверен в своей роли лидера среди игрушек Энди. Это событие также заставило Вуди