

Кристофер Нолан
Квентин Тарантино
Братья Коэн
Аарон Соркин
Джордж Р. Р. Мартин
И другие

18 приёмов голливудских сценаристов для личного блога

written and
directed by
@starostin_creator

1. ПИСАТЬ — ЭТО ПЕРЕПИСЫВАТЬ

Главная фраза любого профессионального сценариста: писать — это переписывать. Речь про старание: хорошая история почти никогда не даётся легко. Первая идея, первый драфт — лишь топливо для второго. И хорошая история, если повезёт, получится где-то на пятой попытке.

И это ок. В блоге — бывает так же. Часто.

Мы привыкли отовсюду слушать пиздеж про «жить и творить в лёгкости». Он не работает. Это самообман. Не должно быть легко.

Попробуй не рассказывать каждый день о своей скучной жизни, тратя энергию в пустоту, а подумай, пособирай материал, помолчи недельку — и потом выдай мощную, глубокую историю.

Она точно будет более наполненной и осмысленной — и, как следствие, более интересной.

~~Сценарий первой части «Истории игрушек» переписывали 100 раз.~~

?

2. НАЧНИ С КОНЦА ИЛИ С СЕРЕДИНЫ

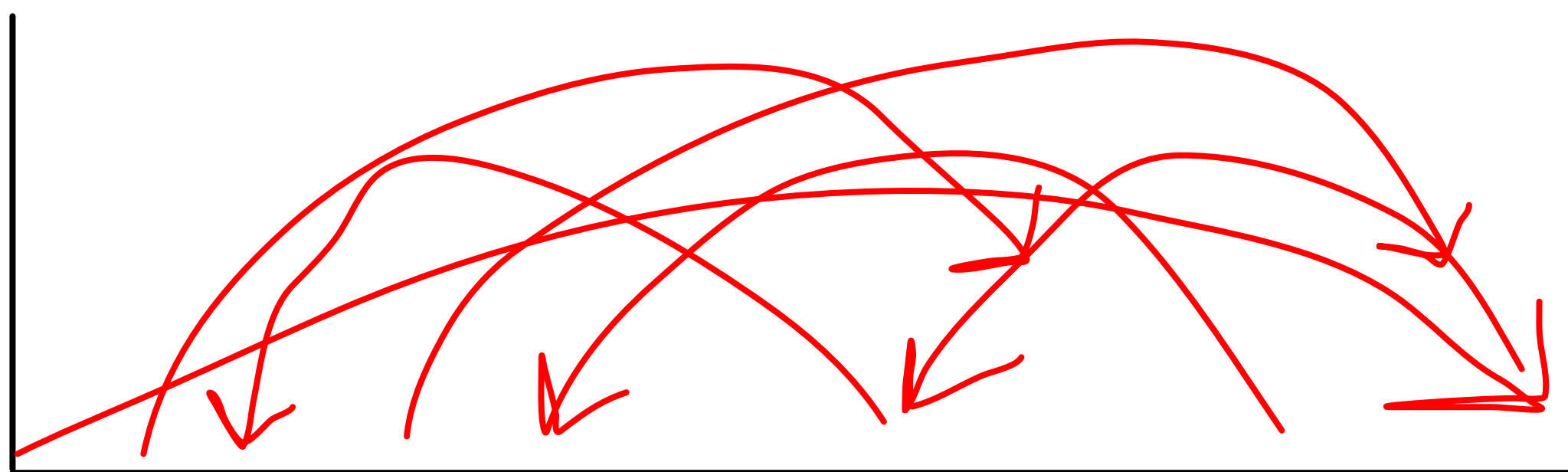
Спасибо, Кристофер Нолан, что научил весь мир понимать свои фильмы.

Вывод такой: если у тебя есть полноценная история, идея, то неважно в какой последовательности ты о ней расскажешь. Но зрителей новый сюжет может увлечь сильнее.

Если мы слышим начало истории, то хочется услышать и конец. А если слышим конец, то иногда хочется услышать и начало: как мы пришли к тому, к чему пришли?

Такой подход нарушает целостность картины мира, к которой мы привыкли. И нам хочется подсознательно её восстановить.

В блоге — тем более. Начни с отдельного эпизода, и потом выстраивай рассказ так, чтобы в какой-то момент мы сами поняли, насколько важен был тот самый первый эпизод.



Довод (2020)

Нолан
гений?

3. ДЕЛАЙ ОТСЫЛКИ

Отсылки к чему-угодно — самый простой способ сделать контент интересней.

Отсылка добавляет глубину даже самому плоскому сюжету. Как у Дедпула.

Интеллектуальная отсылка добавляет и глубину, и качество.

Пишешь текст? Пытаешься шутить в видосе? Попробуй придумать хорошую отсылку к любому культурному/социальному феномену.

ЭТОТ ТЕКСТ
ДОЛЖЕН БЫТЬ
НА ДРУГОМ
СЛАЙДЕ

4. ИСПОЛЬЗУЙ БОЛЬШЕ КОНТРАСТОВ

В «Игре престолов» Джордж Мартин осознанно делает один героев СУПЕР плохими, чтобы другие плохие персонажи казались хорошими, и нам было их жалко. И чтобы мы ушли на неделю в депрессию, когда он убьет по-настоящему хорошего героя...

Это искусство контраста.

Один американский рекламщик написал бездомному табличку с текстом «**На улице весна, а я слепой**» и увеличил сбор милостыни в 3 раза.

Люди всегда всё сравнивают. Так работает мозг.

Страховка в 1 млн не кажется дорогой, если покупаешь машину за 10 млн. Риэлторы сначала показывают плохие квартиры, а потом хорошие, чтобы вы точно поняли, что они вам нужны, и на рынке дефицит.

Также и в сценариях, и в блоге. Любой характер ярче проявляется в контрасте: добрый герой кажется добрее, когда против него злодей.

Чтобы твои истории цепляли и запоминались — добавляй контраст, сравнивай ситуации, находи противоположные углы и мнения.

5. МЕНЯЙ РАКУРСЫ

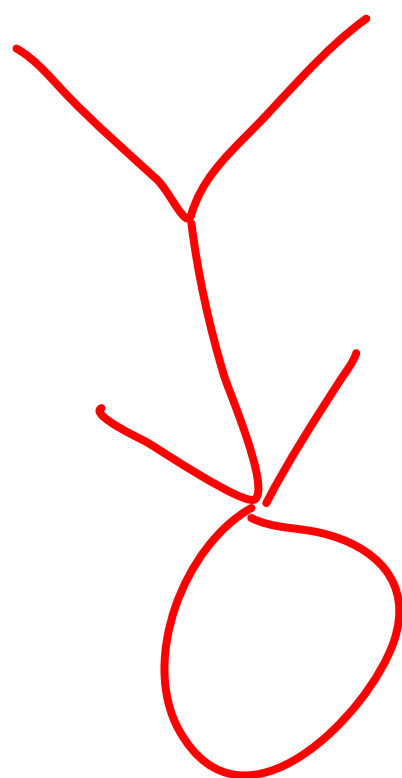
Фанаты Тарантино на месте?

Обычная режиссёрская фишка, но важная. Особенно, когда 99% блогов вокруг нас — одинаковые.

Ракурс камеры — это не просто форма. Это точка, с которой мы рассказываем зрителю историю. И чем необычней и оригинальней эта точка — тем более интересный контент создаётся автоматически. Тем интереснее зрителю *наблюдать*.

Ракурсом можно создать напряжение и конфликт в кадре без единого слова. Если ты снимаешь говорящую голову — попробуй даже здесь поискать новые подходы, углы и ракурсы. Помнишь Тарантино и его взгляд из багажника? Многое говорит. Но без слов.

И не речь не только про видео! Тексты тоже можно писать от лица предметов, чувств, органов (как в Бойцовском клубе), от лица других людей. Пробуй.



6. ВСТАВЛЯЙ МЕМЫ

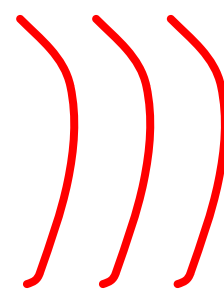
Как с отсылками, только ещё проще и смешнее. Мем — это такой мини-парадокс, мини-конфликт, мини-история про контекст и смену состояния.

Конечно, потребляя мемы, мы об этом не думаем — мы просто понимаем их, улыбаемся или смеёмся.

Но в твой блог можно вставлять мемы, которые будут усиливать повествование и добавлять контекста, юмора ситуации.

А ещё можно брать мемы и применять их на СЕБЯ! Просто берёшь, воруешь форму, вставляешь себя в мем и готово.

это было не просто смело,
это было пиздец как смело

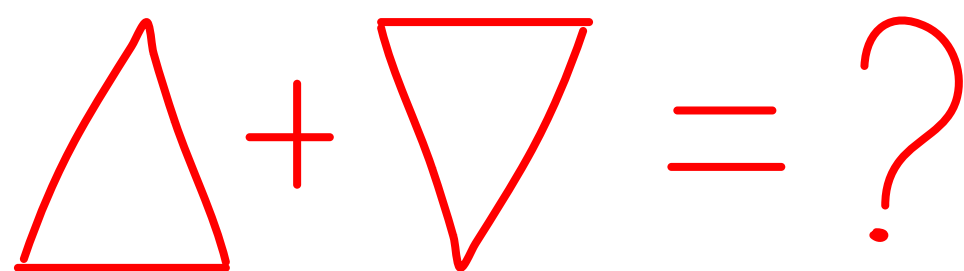


7. ИЩИ ПАРАДОКСЫ И КОНФЛИКТЫ ВЕЗДЕ

Парадокс — это элемент, который кажется противоречивым, но на самом деле имеет смысл. Конфликт — просто противоречие. Такие штуки двигают историю, и людям всегда интересно за этим наблюдать.

Конфликт вызывает напряжение, и зрители всегда ждут его развязки, его завершения.

А вот парадокс вызывает разрыв шаблона, диссонанс. И привлекает внимание. «Я маркетолог, который ненавидит маркетинг. Дело вот в чём...» Глубоко?



8. СОВМЕЩАЙ НЕСОВМЕСТИМОЕ

А до этого было по 1 фишке на страницу. А тут две? И конфликт, и парадокс, и несовместимое (потому что мы привыкли воспринимать этот документ иначе).

Да, в основе любого креатива лежит попытка совместить две несовместимых вещи. Просто возьми две вещи и попробуй их совместить: у тебя сразу появится что-то интересное.

9. ВАЖНО ХОРОШО НАЧАТЬ И КРУТО КОНЧИТЬ

Начало истории увлекает и настраивает нас на нужный лад. В соцсетях это первые секунды видео или заголовок текста. **Конец истории** запоминается больше всего, об этом даже говорят научные эксперименты.

Люди массово пропускают и забывают всё, что было в середине контента, но помнят начало и конец, так мы устроены.

Поэтому начало определяет, досмотрят ли историю до конца, а конец определяет, поставят ли ей лайк.

Чтобы хорошо начать, используй парадоксы, конфликты, противопоставления, эпатаж, кликбейт, шок, мемы и любые другие неожиданные формы. Над началом надо запариться.

В середине делай как по кайфу.

А вот в конце тоже постарайся: не сливай, а сделай вывод, оформи крутую цитату, точную фразу, которая врезается в мозг как лезвие самурайской катаны. Устрой что-то грандиозное, чтобы у зрителя осталось правильное послевкусие.

Помни: твой контент судят по началу и концу.

10. СТАВЬ ПОД СОМНЕНИЕ ЛЮБЫЕ ИСТИНЫ

Это простой инструмент, за которым скрывается вся глубина сторителлинга. Тут сразу и конфликт, и парадокс. Разрушай то, что кажется очевидным.

ЦОЙ
МЕРТВ

Дружба между мужчиной и женщиной невозможна. Кто так сказал? Я не согласен. И вот почему. Вот вам пример. Вот вам проблема. Вот вам конфликт.

На ЛЮБОЕ событие в жизни можно подобрать стереотип, в который оно вписывается или который оно нарушает.

11. ИСПОЛЬЗУЙ МИФЫ И ОТСЫЛКИ

Потому что они позволяют тебе упаковать историю в новую форму. Вот поссорился ты с мамой? Ну вспомни что-нибудь про Эдипа, сделай отсылку, пошутить. И это на поверхности, я даже не гуглил.

Одиссей, 12 подвигов Геракла. Мы все это знаем, да? А если ты запустишь реалити-шоу «12 подвигов продюсера?»

Тут и отсылка, и мем, и парадокс, и конфликт.

12. ДОБАВЛЯЙ ДЕТАЛИИИ ПОЖАЛУЙСТАААА

Не надо рассказывать общими словами о вещах, которые мы и так уже слышали тысячу раз у тысяч других блогеров.

Ок?

Добавь в любую историю детали, и она станет более уникальной, потому что через описание деталей ты раскрываешь свою личность. Детали создают общую убедительную картинку, в которую люди сильнее верят.

Какие детали ты отмечаешь? Как ты их описываешь? Всё это раскрывает автора.

Не я пошёл в кофеню за кофе и провёл вебинар про успешный успех.

А я пришёл в кофеню, и там за баром стоял еле-еле функционирующий бариста. Он случайно вбил мне 2 кофе в чек, но я не стал на него кричать, потому что его хотелось пожалеть. Именно поэтому я сел рядом с баром и провёл свой вебинар про успешный успех, надеясь, что бариста услышит мои гениальные мысли и купит мой курс.

13. НЕ ОБ УСПЕХАХ, А ОБ ОШИБКАХ

Это простая фишка, но внутри скрыта целая наука драматургии.

Прикол в том, что людям подсознательно нравится смотреть за тем, как другие люди ошибаются, страдают, пытаются что-то сделать, проваливаются.

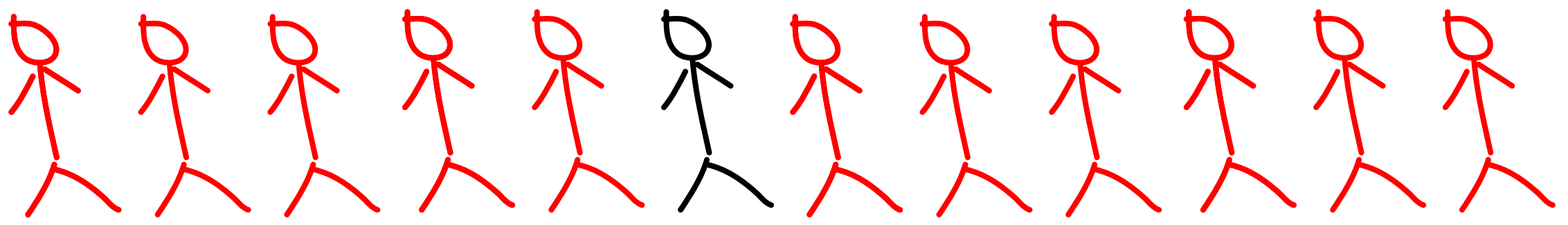
И чем глубже наша жопа — тем больше кайфа получит зритель, когда увидит, как мы из неё выбрались.

Братья Коэны эксплуатируют этот метод в каждом фильме на максимум — все их герои бесконечно ошибаются, и за этим смешно и интересно наблюдать.

В целом — на этом и строится драматургия. У героя должны быть проблемы, ошибки, уязвимости, боли. Без них — он пластиковый, идеальный, картонный, скучный.

В блоге — мы сами герои своих историй, поэтому надо учиться выворачивать себя в эту сторону. Не вызывать жалость, а вызывать чувства.

14. ИЗУЧАЙ ДРУГИХ ЛЮДЕЙ



И это я не тренинги по психологии и эзотерике. А вот конкретно: едешь в метро — оторвись от телефона,ними наушники и посмотри на людей вокруг. Как они выглядят? О чём они думают? Понятно, ты не можешь читать мысли, но по лицам можно предположить.

А что ты чувствуешь, когда видишь эти лица? Ты ведь — тоже человек, и себя тоже надо изучать. Какие мысли тебе приходят, когда ты смотришь на других людей?

И вот уже история какая-то появляется.

Уставшие люди в метро, а я не уставший, заряженный на работу, потому что у меня есть идея, ради которой я встаю по утрам. Но я не могу её реализовать, потому что... И поехали.

Настраивай фокус на какие-то мелкие фишки, которые не замечаешь, если на них не смотришь. У кого-то глаза странного цвета, у кого-то ногти погрызаны, у кого-то штатины слишком длинные. Это всё детали, которые усилят твою историю и вызовут у тебя мысли, которые и лягут в основу истории.

15. ПРИЧИНА И СЛЕДСТВИЕ: ЗАЧЕМ? ПОЧЕМУ? КАК?

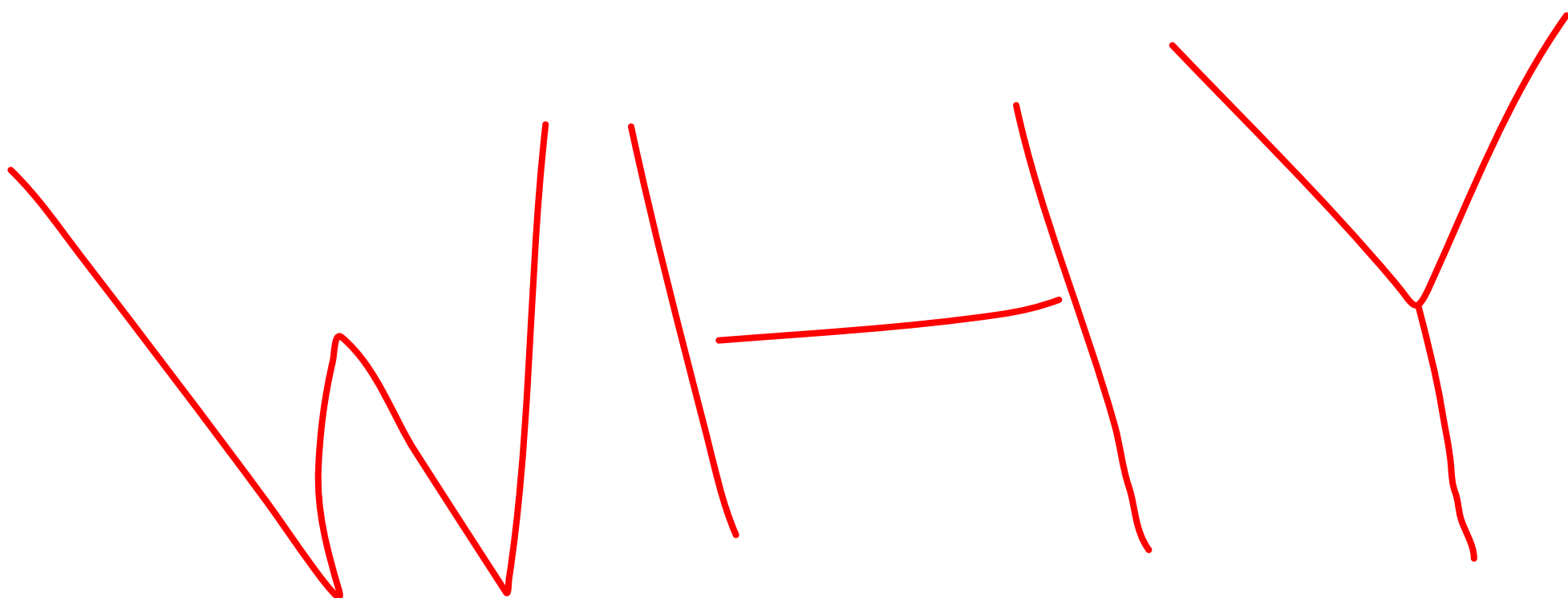
В основе любой истории лежит причина и следствие. Но у причины всегда есть мотивация. В твоём блоге обычно это ты. Ты и причина, и мотивация.

Мо-ти-ва-ци-я. Один из главных элементов хорошей истории. И вот отвечая в блоге на вопросы ПОЧЕМУ, ЗАЧЕМ и КАК — мы, с одной стороны, показываем и понимаем свою мотивацию.

А с другой — показываем её зрителю, даём ему возможность нас понять, понять причину наших действий и подключиться к истории.

То есть не просто рассказать ЧТО произошло или ЧТО я сделал. А рассказать ПОЧЕМУ.

Я это сделал, потому что думал, что... Но оказалось, что... И погна́ли. Вот она уже трагедия вырисовывается, за которой интересно следить.



16. ВВОДИ АНТАГОНИСТА ИЛИ ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ

Ну смотри, это очевидная штука. Но её НИКТО не использует нормально.

Прикол в том, что тебе не нужен буквальный ВРАГ, чтобы создать антагониста.

Антагонистом может быть твой пустой кошелек, злая кассирша или добрая, красивая кассирша, которая отвлекла тебя от важных мыслей своей милой улыбкой.

Что. Угодно. То, что заставляет тебя пытаться.

Вокруг тебя постоянно находятся противодействующие тебе силы. Если их нет напрямую — придумай. Сделай противника из чего угодно, надели душой неудобный стул и вступи с ним в конфликт.

Представь, что почтальон хочет испортить тебе жизнь. Или водитель машины, который медленно едет. Главное — придумывай злодея под историю, которую хочешь рассказать. Тогда всё будет красиво и складно.



17. ЧЕЛЛЕНДЖИ СЕБЯ, ДВИГАЙСЯ К ЦЕЛИ

Есть такая штука: эффект незавершенного действия. **Ощущение незавершенности усиливает желание закончить действие.** В этом секрет фильмов, которые мы хотим досмотреть. И блогов тоже.

В кино — понятно. А вот ещё подтверждённый эксперимент с автомойками.

Одной группе клиентов автомойка выдавала купоны с 8 пустыми ячейками: надо было помыть машину 8 раз, чтобы получить бесплатную мойку. Другой группе давали такие же купоны, но две наклейки в подарок. То есть клиенту надо было наклеить две наклейки, помыть машину уже 6 раз и получить мойку в подарок.

Итог: из первой группы до бесплатной мойки дошло 19% клиентов, из второй — 34%. Почти в два раза больше!

В драматургии контента важно всегда показывать движение к какой-то цели. Проще всего поставить перед собой челлендж и пытаться его выполнить — за вами будут следить. Но даже в отдельных постах движение к завершению какого-то действия — **ключ к удержанию внимания аудитории.**

18. СОЗДАВАЙ НЕСПРАВЕДЛИВОСТЬ

Мы от природы сопереживаем тем, кто стал жертвой несправедливости.

Был такой эксперимент, где полугодовалым младенцам показывали круглую игрушку, которая пыталась вскарабкаться на горку и вечно падала. Потом появлялся «добрый треугольник» и помогал игрушке залезть на горку.

Позже в игру вступал «злой квадрат» и сталкивал игрушку вниз. Каждый ребенок вербально осуждал квадрат. После показа детям предлагали выбрать одну из игрушек — и все тянулись к треугольнику.

Мы с рождения запрограммированы замечать несправедливость и сочувствовать слабым.

На этом построены многие (почти все) драматургические ходы. Для этого каждому интересному персонажу нужна уязвимость, чтобы в нужный момент показать ее зрителю и заставить его испытать это природное ощущение вселенской несправедливости. И дикое удовольствие от победы над злодеем.

Применяй на себя: жалуйся, страдай, и получишь внимание, которое превратится в любовь аудитории на уровне глубинного мозга.



И ДА: НАРУШАЙ ПРАВИЛА.
ЛЮБЫЕ!

Посмотри на студию А24

Здесь могла бы быть ваша
реклама, но я уже занял
эту площадь

Просто расскажу про мой
новый курс «Мастер
спорта по телеге»

Здесь всё для автора тг-
канала: как писать, что
писать, где брать
подписчиков и как взять
их побольше...

Детали в тг-канале
[@starostin_creator](#)