

# V ISKANJU ZGODBE

LA je mesto, v katerem si vsakdo želi poleg hiše v Malibuju in dobrega avta še odlične scenarij. Svetleč napis Hollywood, **Chinese theater**, številni studiji Paramounta, Universalisa, MGM-a, Warnerja Bros-a, Disneya in drugih, spomenik Jamesu Deanu pred **Greek theatrom**, Hollywood boulevard, tlakovani z imeni zvezdnikov, snopi svetlobe, ki ob večerih krožijo po nebu in oznanjajo premiere filmov, trgovine s kostumi zvezdnikov... vse to govori, da mesto živi in diha s filmom. Bleščeče sonce se le redko skriva za oblake in narava, ki ostaja skozi vse leto ista, upočasnjuje minevanje časa. Zdi se, kot da domišljija dobiva polet. Stari avtomobili petdesetih in šestdesetih let so še vedno popularni. Avto je edino prevozno sredstvo in prenekateri ideja za film se porodi med vožnjo na posel, saj so razdalje ogromne. Ljudje preživijo vsaj dve uri na dan v avtomobilu. V lanskem letu je to mesto nasanjalo in patentiralo petindvajset tisoč scenarijev in treatmentov. Večino tekstov agenti nikoli niso poslali studijem. Kakovostna merila so vsak dan večja, saj je ponudba danes trikrat večja, kot je bila pred desetimi leti.

Predavatelji workshopov na **American Film Institutu** so ljudje iz industrije. Občutek imam, da sem na pravem mestu. Izkaže se, da je AFI pravo nasprotje **San Francisco State University**, kjer sem obiskoval akademsko obarvana predavanja iz ameriškega žanra. Prav nasprotno pa je AFI ustanova, ki živi s časom. Workshopi so namenjeni predvsem ljudem iz industrije. V **dramatic structure in screen writing class** so ljudje, ki se že ukvarjajo s pisanjem scenarijev ali pa se tega še nameravajo lotiti. Predavanja so usmerjena na zgodbo, njeno strukturo in značaje. Razkrivajo, kako zgraditi bistvene nerativne momente, strategije, kako vzbuditi pozornost občinstva z identifikacijo značajev, postopno razkritje podatkov zgodbe, strukturo treh dejanj, petdelni lok značaja, vkomponiranje sodobnih tem in vrednot v žanre, **how to pitch story idea**... Teorija in praksa hodita z roko v roki, v branje dobivamo scenarije, ki jih kasneje analiziramo, pišemo ideje za zgodbo, ki jo potem na podlagi biografije značajev razvijamo v treatment.

Cilj **story analysis** je izuriti študente pri razpoznavanju zgodb, ki bodo dosegle kritiški in finančni uspeh. Priložnost imamo brati, oceniti in diskutirati o sodobnih značajih. Na secirni mizi so **Awakenings**, **Bonfire of Vanities**, teksti filmov, ki bodo šele prišli na filmska platna, ali pa popolnoma neznani naslovi, ki se šele potegujejo za svoje mesto na filmskem platnu.

V Hollywoodu postaja posel scenarista vedno bolj cenjen. Vedno več je piscev, ki imajo scenarij za posebno umetniško zvrst pisanja. Temu primerno je zrasla njihova cena in producenti so pripravljene plačati tudi milijon in več dolarjev za tekst, ki je ocenjen kot vroča stvar. Industrija si želi svežih idej, a producenti zaradi lenobe ali časovne stiske nimajo dovolj časa in volje za branje scenarijev. Veliki studiji imajo zato na plačilni listi »bralce«, ki jim za sedemsto do osemsto dolarjev na mesec pišejo »ocene« scenarijev in knjig. Svobodnjaki, ki jih najemajo manjši studiji, dobijo petdeset dolarjev po scenariju. Vsi upajo, da jim bodo našli novega **E.T.**-ja, **China Town** ali **Vojno zvezd**. »Ocene« so v Hollywoodu poznali že v tridesetih letih, danes pa je to vsakdanja praksa. Veliko producentov enostavno ne ve, kaj so dobre zgodbe. Najamejo si možgane. Na ponedeljkovih sestankih izvršnih producentov velikih studijev, kjer razpravljajo o scenarijih, ki so jih prebrali čez vikend, se pogosto zgodi, da nekdo, ki zasluži milijon, papagajsko ponavlja besede tistega, ki zasluži 25.000 na leto.

Na račun »ocen« je veliko kritik. Dobra ocena lahko scenarij ali knjigo pošlje po lestevici navzgor v nadaljnjo obravnavo in izboljšave ali pa ga/jo popolnoma uniči. Sindikat pisateljev je l. 88 dosegel, da so producenti podpisali pogodbo, po kateri je prepovedano studijem izmenjavati »ocene«. Kljub vsemu pa se govori, da so izmenjave še vedno v rabi. Kritiki »ocen« napadajo producente, češ da je to poceni in neučinkovita bližnjica do ocene materiala, ki prizadene predvsem pisce še brez komercialnega uspeha. Pogosto so »bralci« naklonjeni trendom in tako pripomorejo k homogenizaciji hollywoodskih filmov. Nji-

hova poročila predstavljajo uradno mnenje studijev in ko projekt doseže najvišjo stopnjo, odigrajo pri odločitvi, ali bo posnet, odločilno vlogo osebna poznanstva...

»Ocena« ima navadno standardno obliko, ki se od studija do studija le malenkostno razlikuje. Deli se na pet delov. V prvem se knjigo ali scenarij opredeli glede na žanr in čas, v katerem se dogaja. Sledi »**logline**«, ki je za producente izredno pomembna, saj je zanjo potrebno le nekaj sekund, da jo prebereš. V stavku ali dveh je zgoščena vsebina, nekako tako kot v televizijskem vodiču. Omenjena sta protagonist in antagonist, a nikoli z osebnimi imeni. V tretjem delu je stran ali dve dolg sinopsis. Sledi mu točkovna lista z ocenami »odlično«, »dobro«, »zadovoljivo« in »revno«, s katerimi se meri značaj, dialog, struktura in koncept zgodbe. Avtorje pa najbolj spravlja v bes paragraf s komentarjem scenarija, ki ga zaključijo z »odlično«, »upoštevanja vredno« in »zanemarljivo«.

Večini »bralcev« je njihov posel vstopna viza v Hollywood in odskočna deska za napredovanje. Nekateri se prebijajo med producente, drugi postanejo scenaristi. Teksti imajo največkrat nevtiralno ali naklonjeno oceno. Vsakdo si namreč želi postati nekdo, ki je odkril **Jaws**.

Ponudba scenarijev je zares velika in vzpodbujena z dobrim plačilom, a povprečno izstopa le eden od desetih scenarijev. Studije zasipavajo s teksti agenti in producenti, tako da jih sprejmejo po sto in več na teden. Sistem »ocen« je zato nujno potreben, saj bi drugače scenariji čakali na vrsto več let. Če prinese scenarij režiser A filmov, je ocena ponavadi ustrežljiva, in če se za scenarij zanima velika zvezda, bo končal na filmskem platnu kljub slabi oceni.

Govornice o potencialnih »blockbustrih« razširijo agenti. Takrat med producenti zavladava mrzlica. Tekma za vročim scenarijem tako prisili producente v branje scenarijev, saj se morajo v štirindvajsetih urah odzvati na dražbeni postopek. To pa je tudi osnovni trik agentov za zvišanje cen tekstov.

**BOŠTJAN KORBAR**



HOLLYWOOD