

Agnieszka Kruk

DEVELOPMENT SCENARIUSZOWY w produkcji audiowizualnej

proces rozwoju literackiego projektu:
od pomysłu do scenariusza

na zlecenie
Krajowej Izby Producentów Audiowizualnych



patronat:
Gildia Scenarzystów Polskich



Słowo wstępne

Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych od lat podejmuje inicjatywy, które mają służyć zbliżeniu świata producentów i świata scenarzystów, zarówno w aspektach kreatywnych, jak i tych pragmatycznych, formalnych i technicznych.

Poradnik, który przygotowaliśmy, jest jedną z takich inicjatyw i odpowiedzią na rynkową potrzebę profesjonalizacji zawodowej. Naszym zamiarem było stworzenie kompendium wiedzy, które ułatwi pracę w fazie developmentu – kluczowego etapu prac nad projektem filmowym i serialowym. Jesteśmy zwolennikami filozofii, że dobrze poprowadzony development i prace przygotowawcze to klucz do sukcesu artystycznego i frekwencyjnego.

Usystematyzowaliśmy zasadnicze kwestie dotyczące prac nad scenariuszem, o których należy pamiętać bez względu na wybraną metodykę pracy. Przygotowując ten materiał, mieliśmy na myśli głównie mniej doświadczonych producentów. Jak we wszystkich naszych inicjatywach, położyliśmy akcent na praktyczny charakter publikacji, stąd forma poradnika punktuje najważniejsze zagadnienia. Przedstawiony zestaw wskazówek reprezentuje jeden z modeli, które można przyjąć podczas prac scenariuszowych.

O napisanie poradnika poprosiliśmy Agnieszkę Kruk, a o objęcie go patronatem Gildię Scenarzystów Polskich. Bardzo im dziękujemy za tę i inne formy współpracy. Z Agnieszką łączy nas wieloletnia relacja, z dużą uwagą śledzimy i cenimy inicjatywy na rzecz profesjonalizacji scenarzystów, które podejmuje w swojej pracy. Liczymy, że publikacja będąca naszym wspólnym przedsięwzięciem okaże się pomocną lekturą dla wszystkich, którzy zdecydują się po nią sięgnąć.

Alicja Grawon-Jaksik

Prezes Krajowej Izby Producentów Audiowizualnych

Od autorki	4
Development scenariuszowy	6
Baza historii	7
Postacie	10
Fabula	13
Treatment	20
Drabinka	22
Scenariusz	24
Schemat pracy	26
Współpraca	27
Podsumowując...	29
Podziękowania	30

Od autorki

Dziękuję Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych za zaproszenie do napisania niniejszej publikacji oraz za trwającą od lat współpracę, której skutkiem zawsze jest przybliżanie się dwóch grup zawodowych branży audiowizualnej – tych, którzy scenariusze piszą i tych, którzy scenariuszy poszukują.

Na początek kilka słów o tym, kim jestem i dlaczego piszę ten poradnik.

Jestem praktyczką. Pisałam i współtworzyłam około 1200 odcinków seriali, wyemitowanych głównie w prime-time'owych pasmach. Przeczytałam około 1500 projektów nadsyłanych na konkursy scenariopisarskie, w ramach selekcji do międzynarodowych programów rozwoju scenariusza oraz oceny projektów w programie Creative Europe MEDIA czy w konkursach finansowanych z funduszy regionalnych. Jako mentorka i script coach wspierałam rozwój blisko setki projektów. Na zlecenie producentów analizuję i opiniuję scenariusze. Rekomenduję scenarzystów, pomagam budować zespoły scenariuszowe i prowadzić proces rozwoju projektów. Sama piszę i uczę innych, jak pisać. Stworzyłam i przez sześć lat prowadziłam festiwal Script Fiesta, założyłam StoryLab.pro i jestem jego dyrektorką programową.

Jestem teoretyczką. Ukończyłam dwa fakultety z literatury współczesnej na Uniwersytecie Warszawskim, wyjeżdżając na stypendia do Holandii i Belgii. Studiowałam scenariopisarstwo w warszawskiej i łódzkiej szkole filmowej. W teorii scenariopisarstwa wgryzam się intensywnie od dwóch dekad, czytając liczne publikacje i uczestnicząc w dziesiątkach kursów, warsztatów i wydarzeń dla scenarzystów w Polsce i za granicą. Przetłumaczyłam na język polski jedną z najbardziej zaawansowanych książek w tej dziedzinie – „Scenariusz na miarę XXI wieku” Lindy Aronson.



I tutaj chciałam oddać ukłon dwójce moich mentorów.

Scott Taylor w roku 2002 zaprosił mnie do międzynarodowego zespołu scenariuszowego wprowadzającego na polski rynek nowy serial codzienny. Był to serial „Na Wspólnej”, który stał się flagową produkcją TVN, obecną na antenie już 18 lat. Poznałam wtedy w praktyce i naprawdę profesjonalnych okolicznościach proces rozwoju projektu od samych podstaw do realizacji. Doceniam jego wysoką kulturę pracy, szacunek dla osób pracujących w zespole oraz systematyczne, metodyczne podejście do prac scenariuszowych.

Linda Aronson, którą pierwszy raz „zobaczyłam” na półce w londyńskiej księgarni w roku 2006. Zachwycił mnie przejrzysty i systematyczny sposób podejścia do scenariopisarstwa, jaki zaprezentowała w książce „Screenwriting Updated”. Pół roku później spotkałam ją osobiście na międzynarodowych warsztatach w Słowenii i można powiedzieć, że to był początek pięknej zawodowej przyjaźni, która zaowocowała jej wizytą na pierwszej organizowanej przeze mnie Script Fieście w roku 2012, przetłumaczeniem jej książki rok później oraz godzinami spędzonymi na pasjonujących rozmowach, nie tylko o strukturach scenariuszowych.

Obojgu jestem wdzięczna za wiedzę i życiową filozofię, którymi się ze mną podzielili. To na ich ramionach stoję tutaj.

Agnieszka Kruk
Warszawa, 16 listopada 2020 r.

Development scenariuszowy

Z połączenia zgłębianej latami teorii i praktycznego uprawiania zawodu powstała metoda, którą nazwałam I2D2 Script Development Method.

Obejmuje ona proces rozwoju scenariusza od pomysłu do drugiego draftu (from Idea to Draft 2, stąd nazwa). Stosuję ją z powodzeniem od lat i przekazuję wraz z towarzyszącymi jej praktycznymi ćwiczeniami w ramach kompleksowego programu profesjonalnego developmentu scenariuszowego, skierowanego głównie do konsultantów scenariuszowych i producentów kreatywnych.

Na kolejnych stronach przedstawię podstawy tej metody, która dzieli cały proces na kilka prostych kroków:

- baza historii,
- postacie,
- fabuła,
- treatment,
- drabinka,

- pierwszy draft,
- drugi draft.

Przybliżę przy tym błędy, z którymi spotykam się najczęściej na każdym z etapów prac literackich i zaznaczę, na co warto zwrócić uwagę. Na koniec odniosę się do obecnej sytuacji na polskim rynku audiowizualnym i opiszę dobre praktyki – z nadzieją, że będą inspirujące.

Nie zakładam, że jest to jedynie słuszna droga developmentu scenariuszowego. Na pewno jednak jest to metoda sprawdzona w działaniu, doskonalona przez lata praktyki i skuteczna. Stosuję ją zarówno przy rozwoju moich projektów, jak i w pracy z osobami rozwijającymi własne scenariusze. Według niej pracują także certyfikowani konsultanci StoryLab.pro.

Na pewno znajdzie się tu wiele rzeczy oczywistych. Czasem jednak dobrze uporządkować wiedzę i ponazywać to, co zakładamy intuicyjnie. Mam nadzieję, że niniejszy poradnik, dostarczając podstawowe minimum wiedzy teoretycznej, pomoże producentkom i producentom zrozumieć proces developmentu literackiego, przyczyniając się do poprawy jakości współpracy osób zamawiających i piszących scenariusze.

Zacznijmy więc od tego, co stanowi solidny fundament historii.

Baza historii

Najczęściej popełniany błąd

brak określenia gatunku i docelowej publiczności

Wszystko zaczyna się od pomysłu. Pracujemy w sektorze kreatywnym, wiadomo więc, że każdy z nas ma tych pomysłów wiele. Pomysły są wszędzie wokół, wpadamy na nie codziennie. Ponieważ jednak produkcja audiowizualna jest procesem bardzo długim i kosztownym, warto już na samym początku dokonać odpowiedniej selekcji i wybrać taki pomysł, który spełni nasze ambicje artystyczne i biznesowe, a jednocześnie trafi do publiczności, do której chcemy się zwrócić.

Zadziwiającą często scenariusze powstają z pominięciem pierwszych, podstawowych kroków, które budują fundamenty spójnie poprowadzonej historii.

Kluczem pozwalającym dotrzeć do danej publiczności jest jasne określenie gatunku.

Gatunek

Jaki to film i co obiecuje ta historia?

Gatunek to obietnica złożona potencjalnej widowni. Zapowiada, czego można się spodziewać i jakich

emocji to dostarczy. Komедie i kryminały cieszą się dużą popularnością, ale jest też publiczność, która doceni dobry melodramat czy ociekający krwią slasher. Warto mieć świadomość, jaką publiczność może zainteresować nasz projekt i zadbać o to, by sprawić jej przyjemność oraz zaskoczyć czymś świeżym.

Na tym etapie podejmowania podstawowych decyzji o projekcie świetnie sprawdza się także próba zabawy z gatunkami: łączenie ich, modyfikacja charakterystycznego elementu, odwrócenie standardowych ról czy zmiana płci postaci.

Określając gatunek, warto wesprzeć się sprawdzonym wzorem. Oto składowe przepisu na gatunek:

schemat – elementy charakterystyczne dla danego gatunku (zawiązanie akcji, przebieg fabuły, typy postaci, zakończenie),

emocje, których dostarcza ta historia, zarówno postaciom, jak i publiczności,

prawdziwe – to, co sprawia, że historia jest wiarygodna (często wymaga to solidnego researchu tematu, który podejmujemy),

niezwykłe – to, co świeżego i wyjątkowego dostarcza nasza historia w ramach zaproponowanego gatunku.

Jeśli w pracy nad scenariuszem korzystamy z metody sekwencyjnej – dzieląc całą historię na osiem mniej więcej równych części – warto zadbać, aby w każdej sekwencji zawrzeć to, co obiecuje gatunek.

Często wydaje nam się, że skoro widzieliśmy już tyle filmów i seriali, to dobrze czujemy, co dany gatunek charakteryzuje. Zawsze jednak namawiam do sumiennego zgłębienia tematu i sprawdzenia informacji o jego charakterystycznych elementach, emocjach czy filmach referencyjnych.

Temat

O czym jest ta historia? Jednym słowem.

Kolejną podstawową, ale zdumiewająco często pomijaną kwestią w procesie rozwoju scenariusza jest określenie tematu.

Tu zatrzymam się, aby wyjaśnić, co rozumiem w tym kontekście pod hasłem „temat”. Jest to dla mnie jedno słowo, które stanowi centralny koncept historii, jej serce. Wokół tego słowa kręci się wszystko. Dla przykładu: miłość, prawda, wolność, śmierć, samotność, niespełnienie, odwaga...

Wskazówka: warto szukać słów, które reprezentują wartości i emocje.

Wybranie tematu historii ułatwia dalsze prace na kilku poziomach:

- po pierwsze, przez określenie usytuowania każdej postaci względem tematu pomaga poprowadzić historię w taki sposób, że wszystkie postacie i wszystkie wątki pracują na ten temat, dzięki czemu łatwiej eliminujemy niepotrzebne wątki i budujemy spójną fabułę;
- po drugie, wyraźnie określony temat pracuje także na przesłanie (o tym za moment) i popra-

wia komunikację pomiędzy osobami zaangażowanymi w produkcję – odchodzimy od tego, że każdy czyta historię po swojemu i ciągnie w swoją stronę, bo każdy pion wie, że jest to historia o... tym jednym słowie, na przykład o wolności;

- po trzecie, wykorzystanie tematu jako słowa klucza znakomicie sprawdza się przy okazji pitchowania, gdy w krótkim czasie trzeba przedstawić podstawowe założenia projektu.

W pracy indywidualnej przeprowadzam na tym etapie ćwiczenie, które skłania do wyliczenia wielu potencjalnych tematów, a następnie doprowadzenia do wybrania tego, który najbardziej oddaje to, co dla scenarzystki lub scenarzysty jest najważniejsze. Co ciekawe, zazwyczaj w tym ćwiczeniu wygrywa słowo, które wcale nie pojawiło się na liście deklarowanych tematów jako pierwsze. Ćwiczenie zajmuje maksymalnie kwadrans, a korzyści z niego są nie do przecenienia.

W kolejnym etapie sprawdzamy stosunek każdej z postaci do tematu. Co każda z postaci czuje, myśli... na przykład o wolności. Dzięki temu nie tylko zaczynamy już myśleć o postaciach, ale często także dostajemy kwestie, które świetnie zagrają w ważnych pod względem fabularnym momentach – scenach kluczowych dla historii. I co najważniejsze: one także będą pracowały na spójność fabuły.

Gdy to już mamy przepracowane, przechodzimy tam, gdzie prowadzi nas temat – do przesłania.

Prześlanie

Co chcesz powiedzieć tą historią?

Innymi słowy: z czym zostaje publiczność?

Czyli znów powracamy do tego, dla kogo robimy ten film, serial czy grę video oraz jakich emocji, a także jakich refleksji chcemy dostarczyć ludziom.

Mam wrażenie, że często na tym etapie pracy autorzy i autorki scenariusza niejako wstydzą się, co tak naprawdę chcą powiedzieć daną historią i próbują to ukryć pod górnolotnymi sentencjami. Gdy jednak otworzy się komfortową przestrzeń na szczerą rozmowę, pojawiają się proste – czasem intymne – refleksje. Proste. I w tym właśnie tkwi ich piękno i potęgę.

Bardzo uwalniająca bywa tu wskazówka, by nie bać się banału. Lubimy historie, które mają jasne i proste przesłanie. Warto więc zatrzymać się na chwilę i sprawdzić, co – tak naprawdę – mamy do powiedzenia, a następnie poszukać odpowiedniego sposobu na przekazanie tego na ekranie.

Wskazówka

Porozmawiaj z kimś, kto pomoże Ci doprecyzować informacje o docelowej publiczności i podpowie, co warto ująć w Twoim scenariuszu, albo czego w nim unikać. Pomocni mogą tu być dystrybutorzy i agenci sprzedaży.

Poświęć chwilę na sprawdzenie, co charakteryzuje wybrany przez Ciebie gatunek lub gatunki. Dostęp do całej potrzebnej wiedzy masz w Internecie.

Jeśli projekt wymaga pogłębionej dokumentacji, zapewnij osobom piszącym scenariusz dostęp do specjalistów lub/i zatrudnij osobę odpowiedzialną za zrobienie researchu.

Ustal, co jest „sercem” Twojej historii i co chcesz nią powiedzieć.

Postacie

Najczęściej popełniany błąd

główna postać nie jest (wystarczająco) interesująca

Ciekawa postać... Jak to ugryźć?

Często przy lekturze scenariusza postaci drugoplanowe wydają się o wiele bardziej interesujące niż główna postać. U podstaw takiego stanu rzeczy zazwyczaj leży błędne założenie, że skoro dana postać jest wiodąca, to będzie najciekawsza. Nieprawda. To my musimy zadbać o to, aby odpowiednio wprowadzić ją w historię.

Jak to zrobić?

Najprościej jest zadać sobie dwa podstawowe pytania:

- co wyróżnia tę postać?
- za co ją lubię?

... a następnie – idąc za dobrą radą Arystotelesa zaczerpniętą z „Poetyki” – pokazać to w działaniu.

Szybki przykład, jak to wygląda w praktyce. Wszyscy wiemy, czym zajmuje się Wiedźmin: zabija zagrażające ludziom potwory (to go wyróżnia i za to go lubimy, prawda?). Co robi Wiedźmin na samym początku serialu, którego premierę oglą-

daliśmy w serwisie Netflix w grudniu 2019 roku? Zabija potwora.

Jak skleić publiczność z postacią?

Wiadomo, że postać musi „zażyć” od samego początku, że musi być do polubienia. Gdy publiczność w jakiś sposób zwiąże się emocjonalnie z postacią, możemy mieć pewność, że przejmie się jej losem i będzie ją dopingować w serwowanych przez nas fabularnych zmaganiach.

Często słyszę od studentów, że przecież są filmy i seriale, w których główna postać wcale nie jest do polubienia. Wręcz przeciwnie: jest niesympatyczna i do cna zła. Na pytanie jednak, czy lubią tę postać oglądać, odpowiadają zawsze „tak”.

Warto więc traktować tę wskazówkę jako sygnał, by tworzyć postacie, które lubi się oglądać.

Oto trzy proste sposoby na sklejenie publiczności z postacią:

- **identyfikacja** – odnajdujemy w postaci coś z samych siebie; gdy postać napotyka jakieś zawirowanie losu (w zakłóceniu), jesteśmy ciekawi, jak poradzi sobie w nowej sytuacji,
- **fascynacja** – postać ma cechy, których może nie mamy, ale chętnie będziemy je śledzić, bo nas intrygują; dobrze sprawdza się to przy „złych” postaciach,
- **tajemnica** – od początku wiemy, że postać skrywa jakąś tajemnicę, którą poznamy, gdy obejrzymy całą historię.

Co napędza działanie postaci?

Kolejną oczywistą rzeczą w sztuce scenariopisarskiej jest stworzenie postaci, która działa, podejmuje wyzwania, staje przed wyborami. Podnosi to poziom zaangażowania emocjonalnego publiczności w stopniowo rozwijającą się fabułę, w której stawka i napięcie dramaturgiczne stale rosną.

Wszyscy znamy formułkę mówiącą o tym, że konflikt napędza akcję. W moim odczuciu w budowaniu ciekawych i działających postaci przydaje się określenie większej liczby elementów:

- **cel/intencja** – czego postać chce, do czego dąży na początku historii i w każdym kolejnym istotnym fabularnie momencie?
- **motywacja** – co sprawia, że postać dąży do tego celu? czego jej brakuje? co zyska, a co może stracić?
- **konflikt/przeszkody** – co staje tej postaci na drodze do osiągnięcia celu i dlaczego mierzenie się z tym jest dla niej trudne?
- **porażka** – w jaki sposób postaci nie udaje się osiągnąć celu i jakie działania podejmuje po kolejnych porażkach?

Każdy z powyżej wymienionych elementów jest ważny w kształtowaniu wielowymiarowej postaci. Dzięki ich dopracowaniu zyskujemy nie tylko wgląd w charakter postaci, ale także wskazówki, co może zadziać się w fabule.

Zachęcam więc, by sumiennie pochylić się nad postaciami.

Jaka zmiana nastąpiła?

I jeszcze jedna istotna sprawa w myśleniu o postaci: zmiana.

Często spotykam się pytaniem, czy postać zawsze musi przejść przemianę. Zazwyczaj tak. Ponieważ historia rozgrywa się wokół głównej postaci, której przygodzie towarzyszymy i która powinna wynieść z tej przygody jakąś nową wiedzę.

Zdarza się jednak, że opowiadamy historię, w której centrum jest postać niezdolna do przemiany – ułomna, chora lub... martwa (jak Obywatel Kane).

Warto więc pamiętać, że zmiana może dotyczyć nie tylko naszej głównej postaci, ale także świata wokół niej. Pomocne mogą być tutaj następujące pytania:

- z czym postać kończy tę historię?
- jak postać się zmieniła lub jak zmienił się świat wokół niej?

Dotyczy to zarówno protagonistki lub protagoniści, jak i postaci antagonizujących.

Charakterystyka postaci

Na tym etapie prac staram się także wydestylować cechy/informacje, które zbudują pełnowymiarową postać. Chętnie korzystam z diamentu charakterologicznego, który skłania do wybrania czterech kluczowych elementów określających postać.

Do zilustrowania tego zabiegu wykorzystam Doktora House'a:

- **kim jest?** – wybitnym diagnostą,
- **za co można go lubić/podziwiać?** – jest wyjątkowo inteligentny,
- **za co można go nie lubić/bać się go?** – jest wyjątkowo arogancki,
- **co ukrywa?** – jest uzależniony od środków przeciwbólowych.

W tym przykładzie widać, że nawet bardzo skomplikowaną postać można opisać w prosty sposób:

Doktor House to wybitny diagnosta. Jest wyjątkowo inteligentny, ale też równie arogancki. Nikt nie wie, że zmaga się z poważnym uzależnieniem.

Wystarczyło 21 słów. Zachęcam też do szukania słówka „ale” – ono zawsze wprowadza konflikt i wielowymiarowość. Inteligentny, ALE arogancki. Specjalista, ALE narkoman.

Przy okazji warto zauważyć, że takie rzeczy, jak kolor włosów, oczu czy sposób ubierania się rzad-

ko mają znaczenie w przebiegu historii i zazwyczaj nie warto tracić cennego miejsca w prezentacjach projektu na tego typu detale. Zachęcam, by w opisach postaci skupić się na sprawach, które mają znaczenie fabularne.

Wskazówka

Dobrym sposobem na poznanie postaci jest danie im głosu. Dosłownie. Poproś postać, aby opowiedziała o istotnych momentach z życia lub o sytuacji, w której jest teraz. Takie krótkie ćwiczenie pomaga wejść w postać i ją poczuć, a to ułatwia dalsze jej pisanie.

Pamiętaj, że postaci antagonizujące są tak samo ważne, jak postaci wiodące. Dopilnuj, aby były równie wielowymiarowe.

W opisywaniu postaci skup się raczej na osobowości i cechach charakteru niż na wyglądzie.

Fabula

Najczęściej popełniany błąd

brak decyzji o strukturze –
nieumiejętne prowadzenie narracji

Etapy pracy nad przebiegiem fabuły

Jeśli z tego poradnika masz zapamiętać jedną rzecz, to niech będzie to poniższa wskazówka:

Fabula to historia o...

- postaci do polubienia,
- która zмага się...
- z czymś do niepolubienia,
- aby osiągnąć coś ważnego dla niej.

To esencja każdej wciągającej fabularnie historii. Pisząc, musimy sprawnie wprowadzić postać i sprawić, by publiczność chciała za nią podążać. W zmagania wpisany jest konflikt, który – jak wiadomo – napędza akcję i może wynikać ze zderzenia postaci z okolicznościami zewnętrznymi, innymi

postaciami lub ograniczeniami wewnętrznymi. Istotne jest też to, aby publiczność czuła i rozumiała, o co toczy się gra i co ważnego dla siebie chce w tej historii załatwić główna postać.

Pracę nad kształtowaniem fabuły dzielę zazwyczaj na następujące etapy:

- **zarys** – szkicowy przebieg historii, który uwzględnia główne istotne fabularnie punkty, włączając początek, zakłócenie, kolejne punkty zwrotne, kulminację i zakończenie,
- **treatment** – bardziej szczegółowy przebieg historii, napisany w prozie w czasie teraźniejszym i oddający właściwe proporcje historii,
- **drabinka** – cała fabuła rozpisana scena po scenie.

Struktura niejedno ma imię

Każdą historię można opowiedzieć na wiele sposobów. Na kursach i zajęciach scenopisarskich, które prowadzę, często bierzemy na warsztat bajkę o Kopciuszku. Korzystając z postaci oraz przedstawionego tam świata, tworzymy nowe historie. Naprawdę zadziwiające jest to, jak wiele ciekawych, wstrząsających, zabawnych czy poruszających historii da się wycisnąć z wydawałoby się oklepanej bajki.

Kunszt scenariopisarski nie sprowadza się do automatycznego przedstawienia faktów. Scenariusz nie jest przeniesieniem wpisu z Wikipedii czy kolejnych kartek adaptowanej powieści do odpowiedniego formatu. Sztuka pisania scenariuszy polega na dokonaniu wielu wyborów, które

przełożą się na spójną i wciągającą fabułę. Z czyjej perspektywy dana historia będzie najciekawsza? Czy opowiadać ją linearnie, czy jednak połączyć chronologię? A może historia wybrzmi lepiej, gdy pokażemy więcej perspektyw, albo gdy przez fabułę przeprowadzi nas nie jedna postać, lecz cała grupa postaci?

Dzięki wcześniej wykonanej pracy – określeniu gatunku, tematu, przesłania, ustawieniu postaci – łatwiej jest podjąć decyzję o strukturze naszego projektu. Dzieje się tak dlatego, że każdy sposób prowadzenia narracji pasuje do innego typu opowieści. Inna struktura przyda nam się w historiach o bardziej dydaktycznym charakterze (narracja tandemowa), inna w opowieściach o wielkiej niespełnionej miłości (retrospekcja z podwójną narracją w typie niezrealizowanego marzenia), jeszcze inna tam, gdzie ważniejsze od wydarzeń są relacje między postaciami (narracja z multiprotagonistką/multiprotagonistą).

W dużym uproszczeniu sposoby prowadzenia narracji można podzielić na proste (liniowe) i złożone (wielowątkowe i nieliniowe). Podstawą do prowadzenia wszelkiej narracji jest jednak znajomość struktury trzyaktowej, którą każda osoba zajmująca się pisaniem scenariuszy ma w małym palcu. W skrócie można ją sprowadzić do siedmiu punktów:

- normalny świat,
- zakłócenie,
- pierwszy punkt zwrotny,
- punkt bez powrotu/midpoint,

- drugi punkt zwrotny,
- kulminacja,
- zakończenie.

Pośród innych metod pomagających w planowaniu liniowego przebiegu fabuły dużą popularnością wśród scenarzystów cieszą się: podróż bohatera, a także odmienna od niej podróż bohaterki, metoda sekwencyjna oraz metoda „save the cat”.

Wszystkich zainteresowanych zgłębieniem wielowątkowych i nieliniowych form prowadzenia narracji zachęcam do lektury „Scenariusza na miarę XXI wieku” Lindy Aronson.

Trzy akty w pigułce

Normalny świat

Tradycyjnie historię rozpoczynamy od przedstawienia głównej postaci w jej normalnym świecie. Pokazujemy, jaka jest ta postać (i pamiętamy, że najlepiej przedstawić to w działaniu) oraz dajemy znać, czego chce, a czego jej brakuje.

W tym wstępie warto także przedstawić siłę antagonistyczną – pamiętamy, że może to być system lub siły natury, inne postacie lub wewnętrzne problemy głównej postaci.

Konieczne jest tu także wprowadzenie tonu opowieści i wyraźne zarysowanie zasad panujących w tym świecie.

Na koniec tej ekspozycji jako widzowie powinniśmy znać podstawowe informacje o postaci i chcieć oglądać, co jej się przydarzy.

Zakłócenie

Pewnego dnia...

... wydarza się coś, co zakłóca przedstawiony wcześniej porządek rzeczy. Na przykład pojawia się goniec z informacją, że książkę szykuje bal, zaprasza wszystkie panny z okolicy, bo szuka dla siebie żony.

Zazwyczaj pomiędzy zakłóceniem i pierwszym punktem zwrotnym może się wydawać, że postać nie podejmuje wyzwania, które stało na jej drodze. Czasem jest to postawa samej postaci, która odmawia podjęcia się jakiejś misji. Natomiast w przypadku postaci biernych, jak Kopciuszek, może to wynikać z ograniczeń narzucanych z zewnątrz.

Nie jest też rzadkością, że film rozpoczyna się właśnie od zakłócenia, a informacje zazwyczaj przedstawiane w ekspozycji zostaną wplecione już po uruchomieniu historii.

Pierwszy punkt zwrotny

Aż tu nagle...

Pierwszy punkt zwrotny to kluczowy element w planowaniu fabuły, powinien być mocny i wyraźny. To niespodzianka, która jest potężnym kołem zamachowym naszej historii. Wynika z zakłócenia i charakteryzuje się tym, że:

- wprowadza postać w nowy świat, fizycznie lub metaforycznie,
- ostatecznie stawia pytanie dramaturgiczne, na którym zawieszona będzie cała fabuła i na które odpowiedź padnie w kulminacji,
- ma potencjał wygenerowania wielu komplikacji na dalszą część opowieści.

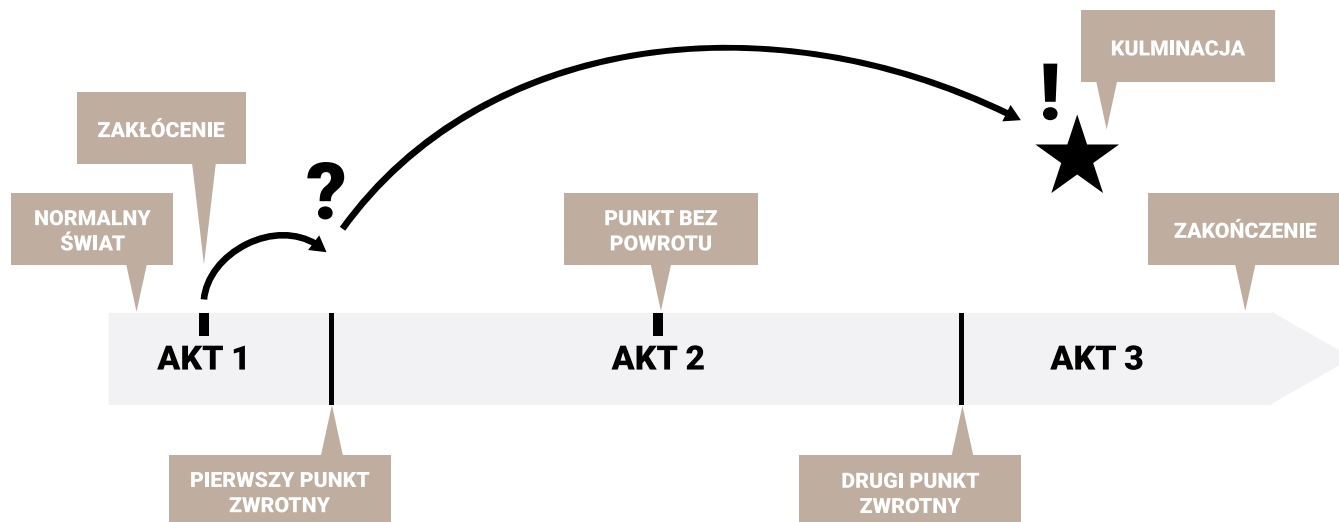
Warto się postarać, aby pierwszy punkt zwrotny był rzeczywiście zaskakujący i odpowiednio umotywowany, gdyż zapewni to paliwo na całą fabułę, a także nie przedłużać ekspozycji i wprowadzić pierwszy punkt zwrotny w miarę szybko.

Od tego momentu wchodzimy w drugi akt.

Punkt bez powrotu/midpoint

To kolejna niespodzianka mniej więcej w środku naszej historii. Nasza postać przełamuje swój kodeks moralny (który sprzedaliśmy w ekspozycji), robi coś, czego nie zrobiłaby na początku historii. Jeśli była uczciwa, tutaj kłamie, zdradza lub popełnia jakieś przestępstwo. I odwrotnie – jeśli postać jest do cna zła, w punkcie bez powrotu zobaczymy jej czułą, wrażliwą czy delikatną stronę.

Warto pamiętać, aby to, co pojawia się w tym punkcie, nie pojawiało się znikąd. O wiele ciekawiej będzie, gdy niespodziewane działanie postaci wyniknie z poprzednich wydarzeń i podjętych wcześniej przez nią samą decyzji.



Ten moment może być albo zapowiedzią tego, co wydarzy się w kulminacji, albo jej lustrzanym odbiciem.

Drugi punkt zwrotny

Jest naprawdę źle.

Fabula jest już praktycznie w trzech czwartych opowieści. Po punkcie bez powrotu nasza postać trochę pocierpiała, być może pojawił się poboczny wątek, następnie podjęła nowe działanie, które w konsekwencji doprowadziło nas tutaj. Drugi punkt zwrotny można podzielić na dwie części.

Pierwsza: to najgorszy moment w tej historii dla tej postaci.

Jeśli myślisz, że postać jest już naprawdę w złej sytuacji, sprawdź, czy przypadkiem nie da się tego jeszcze pogorszyć. Mamy spore pole do popisu – może doświadczyć porażki na płaszczyźnie zawodowej, towarzyskiej, osobistej. Tutaj nie miejmy dla niej litości. Im gorzej dla postaci, tym lepiej dla historii.

Druga: to moment podjęcia decyzji o działaniu. Nawet jeśli postać podejmie to działanie niespodziewanie dla nas, musi ono wynikać z poprzednich wydarzeń, a nie z przypadkowego zbiegu okoliczności spod sztandaru „deus ex machina”.

I tak wchodzimy w trzeci akt.

Kulminacja

Zmierzamy do finału.

W kulminacji odpowiadamy na pytanie dramaturgiczne ostatecznie postawione w pierwszym punkcie zwrotnym. To tutaj okazuje się, czy Kopciuszek będzie żoną księcia, czy Shrek odzyska upragniony spokój na bagnie, czy Neo jest wybrańcem.

Należy zadbać, aby kulminacja była naprawdę satysfakcjonująca – to na nią pracowała cała historia i to tutaj publiczność może przeżyć swoje katharsis.

Warto też pamiętać o przesłaniu. To właśnie na samo zakończenie – po kulminacji i po zamknięciu wszystkich wątków – dajemy wybrzmieć temu, co chcemy tą historią powiedzieć.

Tak przedstawia się struktura trzech aktów w skrócie. Tradycyjny trzyczłonowy schemat zazwyczaj uzupełniam o jeszcze jedno słowo i proszę moich studentów o zapamiętanie formułki, że struktura trzech aktów to nie trzy, ale cztery kroki do zapamiętania:

- wstęp,
- rozwinięcie,
- zakończenie,
- i... **znaczenie!**

Poświęcamy kawałek życia na produkcję, aby naszym dziełem powiedzieć coś światu. Wobec tego należałoby pamiętać o przesłaniu i dać mu

wyraz w sposób, który odpowiada nam oraz gatunkowi, który wybraliśmy.

Streszczenie

Zbliżając się do zamknięcia rozdziału o fabule, chciałabym pochylić się nad krótką formą opisu historii. Dobrze mieć przygotowane streszczenie naszej fabuły, przyda się w pitchingach, wnioskach, korespondencji z potencjalnymi partnerami czy ulotce naszego projektu.

Pisanie streszczenia może być sporym wyzwaniem, szczególnie gdy wiemy już o projekcie bardzo dużo, znamy na wylot wszystkie postacie, ich cele, motywacje, relacje, zaplanowaliśmy przebieg fabuły, jej temat i przesłanie. Jak to wszystko ująć krótko, by zmieściło się na połowie strony A4 lub w minutowym pitchu?

I tu z pomocą przychodzą przydatne narzędzia ze scenariopisarskiego warsztatu. Jednym z nich jest opisana powyżej struktura trzyaktowa – wystarczy bez zbędnych wycieczek w dygresję opisać kolejne istotne fabularnie punkty. Drugim – metoda sekwencyjna.

Metoda sekwencyjna w ultrapigułce

Jest to jedna z metod najprzyjemniej systematyzujących prace literackie. Zakłada podzielenie całej historii na osiem mniej więcej równych części, z których każda stanowi kolejny etap tej historii, ale w mikroskali może także stanowić minihistorię. Stąd jej inna nazwa: Mini-Movie-Method.

Można ją nałożyć na strukturę trzech aktów i w ten sposób...

- akt pierwszy to sekwencja pierwsza i druga (A, B),
- akt drugi to sekwencje trzecia, czwarta, piąta i szósta (C, D, E, F),
- akt trzeci to sekwencje siódma i ósma (G, H).

Oznacza to, że historię można zarysować w ośmiu krokach. Tym, którzy lubią proste rozwiązania, przedstawiam tutaj absolutną esencję tego podejścia do prowadzenia narracji.

- A. KTO? Normalny świat. Czego postać chce, czego potrzebuje?
- B. Pojawia się PROBLEM/WYZWANIE.
- C. POSTANAWIA... – co postać robi, by rozwiązać problem/wyzwanie?
- D. ALE... – to rozwiązanie wpędza w tarapaty.
- E. WIĘC... – jaki nowy plan postać opracowuje?
- F. NIESTETY... – podjęte działania maksymalnie oddalają ją od celu.
- G. NIESPODZIEWANIE JEDNAK... – jakie nowe działanie podejmuje postać? co robi wbrew naszym oczekiwaniom?
- H. W WYNIKU TEGO – jak kończy się historia?

Nie należy tego sposobu traktować jako sztywnej wytycznej. Jest to raczej kolejne pomocne narzędzie.

Jeśli do każdego punktu dopiszemy jedno czy dwa zdania, szybko uzyskamy pierwszy draft streszczenia naszej historii.

Logline

Logline to jednozdaniowy opis naszej historii. Jego zadaniem jest przedstawienie w jak najbardziej treściwy i konkretny sposób tego, co pojawi się na ekranie. Choć z założenia jest to jedno zdanie, napisanie go może zająć naprawdę sporo czasu.

Krótką wskazówką, jakie elementy może zawierać:

- **główna postać** – kim jest?
- **główny cel** – do czego dąży?
- **siła antagonistyczna** – z czym lub z kim się zmagają?

Świetnie sprawdzają się także:

- **stawka lub/i tykający zegar** – co postać ma do stracenia, ile czasu ma na działanie?
- **tło wydarzeń** – „w odległej galaktyce...”

Logline tym różni się od tagline'u, że nie służy do zainicjowania publiczności, lecz do sprzedania projektu. Nie kończymy go więc intrygującym znakiem zapytania – „czy Małgośka ocali świat?”, lecz dajemy konkret. Piszemy więc, w jaki sprytny sposób Małgośka tego dokona.

Czy zdradzamy końcówkę? Oczywiście, że tak! Szczególnie jeśli jest to naprawdę satysfakcjonujący twist, na który pracowała cała historia.

W ramach ćwiczeń można podjąć się próby stworzenia logline'u do filmu „Szósty zmysł” albo „Podejrzani”.

W pamięć zapadła mi kiedyś taka dobra rada:

*With a logline you do not TELL the story.
You SELL the story.*

Warto traktować logline użytkowo: jako narzędzie sprzedażowe.

Wskazówka

Pracując nad strukturą, nie opieraj się wyłącznie na intuicji. Jeśli nie masz solidnej wiedzy scenariopisarskiej, rozważ krótkie konsultacje z kimś, kto wskaże potencjalnie pasujący typ narracji wraz z listą filmów referencyjnych.

Daj sobie czas na przejście każdego etapu pracy nad szukaniem właściwego kształtu fabuły. Omówienie, zgłaszanie konstruktywnych uwag i zatwierdzanie zarysu, treatmentu i drabinki będzie stanowiło solidną podstawę do pisania już samego scenariusza.

Pamiętaj, że cała historia pracuje ostatecznie na przesłanie. Zastanów się, co chcesz przekazać opowieścią, w którą inwestujesz kawałek swojego życia i daj temu wybrzmieć na ekranie.

Wykorzystuj główne punkty fabularne do treściwego przedstawienia streszczenia historii.

Treatment

Najczęściej popełniany błąd

brak zachowania właściwych proporcji

Treatment to dokument, który często potrzebny jest w pozyskaniu finansowania na dalsze etapy pracy, wymagany przy składaniu wniosków do polskich i zagranicznych instytucji wspierających rozwój projektu. Może być także podstawą do dyskusji dla osób reprezentujących różne piony w produkcji. Warto więc zadbać o odpowiednio wysoki standard tego dokumentu.

Oto garść praktycznych wskazówek.

1. Zadbaj, aby dokument był zwięzły. Nie ma tu potrzeby opisywania wszystkich pobocznych wątków ani przytaczania wszystkich błyskotliwych dialogów. Piszemy go w czasie teraźniejszym.
2. Niech treatment oddaje proporcje historii. Jeśli więc opieramy się na strukturze trzech aktów, można założyć, że pierwszy akt zajmie jedną czwartą długości tekstu, drugi akt połowę, a trzeci akt ostatnią ćwiartkę. Oczywiście w treatmentie opisujemy także zakończenie. Jeśli korzystamy z metody sekwencyjnej, można poświęcić podobną liczbę stron na każdą sekwencję. Dzięki temu dokument zachowa odpowiednie proporcje i rytm.
3. Niech czyta się gładko i porusza emocje. Treatment to nie lista zakupów, na której odhaczamy kolejne wydarzenia. Warto, aby styl pisania odzwierciedlał ton i gatunek historii.
4. Pamiętaj o przedstawieniu postaci w działaniu oraz jasnym określeniu jej celów, motywacji, przeszkód i porażek. Dzięki temu wyraźnie zarysuje się stawka i napięcie.

Gdy treatment jest już gotowy, warto przyjrzeć mu się technicznym okiem – sprawdzić formatowanie, poprawność językową i interpunkcję.



Wskazówka

Treatment możesz przetestować na ludziach, którzy jeszcze nie znają tej historii. Sprawdź, jak ją rozumieją, które postaci i za co lubią, co jest dla nich niejasne i czego zabrakło im w tej historii.

Drabinka

Najczęściej popełniany błąd

brak skupienia na wyłącznie istotnych informacjach.

Drabinka to ostatni krok przed napisaniem scenariusza. Zatwierdzony treatment zostaje teraz rozbity na konkretne sceny.

Tutaj także zalecana jest zwięzłość i treściwość. Informacje, które zazwyczaj można ująć w opisie poszczególnych scen, to:

- lokacja i ewentualnie pora dnia – gdzie i kiedy jesteśmy?
- początek – z jaką intencją i z jaką emocją wchodzi w tę scenę każda z postaci?
- wydarzenia – co się dzieje, jak zmienia się sytuacja?
- zakończenie – z jaką informacją i z jaką emocją kończy się scena?

W drabince można wpisać sugestie dotyczące dialogów.

Warto pamiętać o podstawowej zasadzie, która mówi, że w każdej scenie powinien znaleźć się konflikt i przynajmniej jeden punkt zwrotny. Dzięki temu mamy pewność, że każda scena wnosi coś nowego i popycha akcję naprzód.

Jak może wyglądać przykładowy punkt w drabince? Na przykład tak:

1. *HOME OFFICE. Inez pisze maila z prośbą o przesunięcie deadline'u. Kilukrotnie zmienia uzasadnienie tej prośby. Ostatecznie jednak kasuje wiadomość, zaciska zęby i zabiera się za robotę.*

OK, nie jest to scena, która zapisze się w historii polskiej kinematografii, ale spełnia swoje zadanie – pokazuje, że napisanie drabinki nie jest czarną magią, że można rozpisać ją rzeczowo, pomijając szczegóły (w jaki sposób mogłaby uzasadniać swoją prośbę), zmieścić ją w niewielu liniijkach oraz że warto stosować automatyczną numerację. Czytanie drabinek, w których każda scena zajmuje dziesięć linijek, jest bardzo męczące, dlatego zalecana jest zwięzłość.

Liczba scen – punktów drabinki – będzie różna dla różnych projektów. Często wynika z wytycznych produkcyjnych lub ze specyfiki gatunku. Projekty obyczajowe mają zazwyczaj mniej scen niż sensacyjne czy przygodowe.



Wskazówka

Warto sprawdzić, czy scena otwierająca i scena zamykająca pozostają w jakiejś relacji. Być może jest tu okazja do stworzenia ciekawej klamry dla całej opowieści.

Technicznie: warto stosować automatyczną numerację akapitów. Dzięki temu poszczególne sceny (akapity) są ponumerowane odpowiednio, a w momencie dodania, wykreślenia lub przestawiania scen numeracji nie trzeba poprawiać ręcznie.

Programy do formatowania scenariuszy mają funkcję wpisywania punktów drabinki. Warto sprawdzić, na ile pasuje nam to narzędzie. Jeśli nie, zawsze pozostają stare, dobre analogowe karteczki.

Scenariusz

Najczęściej popełniany błąd

nieprawidłowe formatowanie
scenariusza

W moim odczuciu scenariusz to ostatnie 5, maksymalnie 10 procent pracy w procesie developmentu. Dzięki solidnemu przygotowaniu i przejściu przez wcześniejsze etapy napisanie scenariusza będzie domknięciem całego procesu.

Choć na rynku jest dostępnych wiele programów do pisania scenariuszy, zdarza się, że trafiają do mnie teksty nieprawidłowo sformatowane. Było to akceptowalne jeszcze 10 lat temu, ale dzisiaj nie powinno to mieć miejsca. Zwłaszcza że scenariusze przygotowane w odpowiednim oprogramowaniu ułatwiają także przygotowanie do produkcji.

Pierwszy draft

To pierwsze podejście do scenariusza. Ten dokument będzie podstawą do dalszej pracy. Warto napisać go w miarę szybko.

W tej wersji często zdarza się, że dialogi są intencjonalne, czasem zbyt literackie lub przeładowane informacjami. Nie szkodzi. To pierwsza – nieidealna! – wersja scenariusza, do której mogą się odnieść osoby najbliższe zaangażowane w rozwój literacki projektu.

Warto dopilnować, aby uwagi do tekstu były formułowane przez osoby kompetentne. Powinny być konkretne i konstruktywne, precyzyjnie wskazywać, co wymaga zmiany i poprawy. Czas dostarczania uwag musi być jasno określony i zdecydowanie lepiej nie przedłużać go nadmiernie.

W pierwszej ocenie tekstu przydatny może okazać się zestaw następujących pytań:

Pytania do fabuły

- Czy historia trzyma się wybranego gatunku?
- Czy scena otwierająca jest wystarczająco mocna?
- Czy cel i pragnienia postaci są jasne?
- Czy postać jest aktywna, czy działa w kierunku osiągnięcia swojego celu?
- Czy postać staje przed jakimś wyborem?
- Czy postać doświadcza jakiegoś kryzysu?
- Jeśli masz siłę antagonistyczną – czy faktycznie uniemożliwia głównej postaci osiągnięcie celu?
- Czy postać napotyka odpowiednio dużo przeszkód na swojej drodze?
- Czy w miarę postępu akcji rośnie zaangażowanie postaci w osiągnięcie celu?

- Czy zakończenie jest wystarczająco mocne?
- Czy historia wiąże się z przestaniem, myślą przewodnią historii?
- Czy równoległe wątki uzupełniają się, czy kontrastują ze sobą?
- Czy któraś ze scen jest powtórzeniem innej?

Pytania do dialogów

- Czy dialog odśladania nowe informacje o postaci?
- Czy dialog daje widzowi nowe informacje dotyczące któregoś z wątków?
- Czy dialog niesie pożądane emocje, czy zawiera podtekst?
- Czy wszystko musi być powiedziane, czy może lepiej sprawdziłaby się tu zasada „pokazuj zamiast opowiadać”?
- Czy ten dialog jest naprawdę potrzebny, czy można go usunąć?
- Jeśli to żart – czy faktycznie jest śmieszny?

Drugi draft

Po zebraniu uwag, komentarzy i wskazówek do tekstu przystępujemy do przygotowania drugiej wersji scenariusza.

Tę wersję traktuję jako wyjściową, którą pokazuję światu. To dopiero podstawa do dalszej pracy i mam świadomość, że wkład osób z pozostałych pionów produkcji może znacząco wpłynąć na kształt tekstu, który ostatecznie zostanie skierowany do realizacji.

Wskazówka

Korzystaj z programu do pisania scenariuszy. Możesz rozważyć zakupienie Twojemu zespołowi scenariuszowemu takiego oprogramowania. Ułatwi to przesyłanie i odczytywanie dokumentów, większość programów umożliwia także współpracę na jednym dokumencie.

Unikaj w scenariuszu informacji technicznych o ruchach kamery, rodzajach ujęć czy cięć. Zastąp je opisami, które odpowiednio pobudzą wyobraźnię osób reprezentujących inne piony produkcji.

Zorganizuj sesję czytania scenariusza. Pozwoli to usłyszeć tekst i da sygnał, gdzie siada tempo, gdzie warto coś dopisać, a gdzie dialogi wciąż szeleszczą papierem.

Zadbaj, aby uwagi do scenariusza były formułowane w sposób konkretny i kompetentny oraz aby docierały w umówionym, możliwie jak najkrótszym czasie.

Schemat pracy

Najczęściej popełniany błąd

brak dopełnienia formalności przed rozpoczęciem prac

Z przedstawionego na poprzednich stronach procesu rozwoju scenariusza wynika schemat pracy, który może być podstawą do sformułowania zapisów w umowie.

Następujące po sobie etapy, określone umową i zamknięte zrealizowaniem płatności za wykonaną pracę, mogą przedstawiać się następująco:

- koncepcja – gatunek, temat, przesłanie, wraz z opisami postaci i krótkim zarysem przebiegu fabuły,
- treatment,
- drabinka,
- scenariusz.

Czas, jaki warto przeznaczyć na cały proces, zależy od poziomu skomplikowania projektu, konieczności przeprowadzenia pogłębionego researchu, ewentualnie od dopełnienia koniecznych formalności, co może przełożyć się na lata pracy nad rozwojem projektu.

W sprzyjających okolicznościach jednak taki proces – od pomysłu do drugiej wersji scenariusza – można z powodzeniem przeprowadzić w czasie od trzech do sześciu miesięcy.

Wskazówka

Na początku współpracy zaproponuj umowę, w której zostaną dokładnie określone kolejne etapy prac literackich, zakładane terminy dostarczenia dokumentów oraz czas na zgłaszanie uwag.

Współpraca

Lista dobrych praktyk

Przygotowując tę publikację, przeprowadziłam rozmowy z osobami zrzeszonymi w Krajowej Izbie Producentów Audiowizualnych i Gildii Scenarzystów Polskich oraz poprosiłam scenarzystki i scenarzystów o wypełnienie internetowej ankiety.

Pytałam o odczucia względem samego hasła „development scenariuszowy”, o doświadczenia, największe wyzwania, pomysły na usprawnienie tego procesu, ale także o wymarzony przebieg rozwoju scenariusza.

Wśród bolączek po stronie produkcji najczęściej padała kwestia braku środków na sfinansowanie porządnego developmentu literackiego oraz trudności w znalezieniu odpowiednich osób do pisania lub/i konsultowania scenariuszy.

Piszącym scenariusze doskwierał brak kompetencji osób odnoszących się do tekstu, wykluczające się uwagi, frustrująco długi czas oczekiwania na informacje zwrotne oraz... praca bez podpisanej umowy.

Wszyscy zdają sobie sprawę, jak ważne dla ostatecznego powodzenia projektu jest solidne przeprowadzenie prac scenariuszowych. Zainwestowanie w development kwoty odpowiadającej części kosztów dnia zdjęciowego może przynieść wymierne korzyści.

Listę dobrych praktyk, szczególnie cenionych przez osoby, z którymi rozmawiałam, można podzielić w następujący sposób.

Jasne określenie warunków współpracy

- Wskazane umową etapy pracy, terminy dostarczania kolejnych wersji oraz czas na odniesienie się do nadсланego tekstu.
- Wynagrodzenie płatne w formie zaliczki przy podpisaniu umowy oraz honorarium za zamknięcie kolejnych etapów pracy.

Odpowiednie wsparcie w procesie rozwoju scenariusza

- Zapewnienie kontaktu z osobami lub/i instytucjami pomocnymi na etapie zbierania dokumentacji, ewentualnie zatrudnienie dodatkowej osoby do przeprowadzenia researchu.
- Wsparcie zaufanych osób, specjalizujących się w konsultowaniu scenariuszy.
- Możliwość udziału osoby piszącej scenariusz w warsztatach, programach developmentowych, rezydencjach scenariuszowych. Ewentualnie stworzenie własnej rezydencji czy writers' roomu – wynajęcie odpowiedniej przestrzeni, zagwarantowanie komfortowych warunków pracy z możliwością stałego konsultowania projektu.
- Formułowanie komentarzy do tekstu w sposób konstruktywny lub otwierający na rzeczową dyskusję. Komentarze do kolejnych etapów pracy spływające od określonych osób i w umówionym czasie.

Włączenie do procesu osób z innych pionów produkcji

Scenarzystki i scenarzyści często cenią wkład, jaki mogą wnieść osoby odpowiedzialne za reżyserię, zdjęcia, scenografię, dźwięk, montaż, aktorki czy aktorzy. Warto umożliwić im takie kontakty z osobami z różnych pionów na różnych etapach prac literackich.

Trzeba jednak pamiętać, aby jasno określić zakres kompetencji i komunikować, kto ostatecznie podejmuje decyzję o kształcie historii.

Szacunek

Umożliwienie osobom piszącym scenariusze obecności na planie.

Wymienianie ich w materiałach promocyjnych i uwzględnianie w działaniach marketingowych. Zapraszanie na premiery, pokazy specjalne, festiwale i wydarzenia okolicznościowe.



Podsumowując...

Proces rozwoju scenariusza to spore przedsięwzięcie, wymagające odpowiedniej ilości czasu, stworzenia osobom piszącym komfortowych i opartych na zaufaniu warunków pracy, a także znajomości warsztatu. Nie da się przeprowadzić tego procesu na szybko, pomiędzy kolejnymi spotkaniami i kierując się intuicją.

Nasz rynek audiowizualny stopniowo się profesjonalizuje. Cieszy fakt, że coraz więcej firm producenckich decyduje się na zatrudnienie osoby odpowiedzialnej za development scenariuszowy.

Warto także rozważyć skorzystanie z usług konsultantów scenariuszowych przypisanych do konkretnego projektu i odpowiedzialnych za przeprowadzenie prac literackich do zakładanego etapu. Są w Polsce osoby, które znają materię scenariopisarstwa, potrafią w konstruktywny sposób pracować ze scenarzystkami, scenarzystami i zespołami scenariuszowymi, a także znają dobrze realia polskiego rynku audiowizualnego. W ten sposób, profesjonalnie stosując przedstawiony tu pokrótce schemat i umiejętnie wspierając proces twórczy, pracują certyfikowani konsultanci scenariuszowi StoryLab.pro.

Na stronie Gildii Scenarzystów Polskich (www.gildiascenarzystow.pl) dostępna jest lista osób zrzeszonych w tym związku zawodowym, które świadczą usługi konsultacji scenariuszowych, script doctoringu i opiniowania scenariuszy.



Podziękowania

W ramach przygotowania niniejszego poradnika odbyłam rozmowy telefoniczne z producentkami i producentami wskazanymi przez Krajową Izbę Producentów Audiowizualnych oraz ze scenarzystkami i scenarzystami zrzeszonymi w Gildii Scenarzystów Polskich.

Chciałabym w tym miejscu zwrócić się do tych, którzy znaleźli czas na rozmowę oraz zechcieli podzielić się ze mną swoimi doświadczeniami i spostrzeżeniami. Dziękuję serdecznie Irenie Strzałkowskiej, Ilonie Łepkowskiej, Marcie Habor, Izabeli Igel, Joannie Zielińskiej, Jakubowi Razowskiemu, Krzysztofowi Rakowi, Marcie Szymanek, Mateuszowi Pacewiczowi i Karolinie Warpachowicz za poświęcony mi czas, przyjemną rozmowę i konstruktywne wskazówki.

Dziękuję też scenarzystkom i scenarzystom, którzy opisali swoje doświadczenia w przygotowanej przeze mnie internetowej ankiecie. Dziękuję także Zarządowi Gildii Scenarzystów Polskich oraz certyfikowanym konsultantom scenariuszowym StoryLab.pro za zapoznanie się z pierwszym draftem tej publikacji i komentarze do niego.

Mam nadzieję, że niniejszy poradnik w zadowalający sposób przybliży proces rozwoju scenariusza i zachęca do uważnego pochylenia się nad rozwojem literackim oraz korzystania z usług dostępnych na polskim rynku specjalistów w tej dziedzinie.

Życzę wszystkim owocnej współpracy, opartej na zdrowej, kreatywnej interakcji i szacunku, w wyniku której powstają naprawdę dopracowane scenariusze, a wszyscy zaangażowani w proces developmentu wciąż są w dobrych relacjach i mają ochotę pracować razem przy kolejnych projektach.

Opracowanie merytoryczne: Agnieszka Kruk

Inicjatywa i koordynacja: Dana Pohl

Korekta: Dorota Krawczak

Opracowanie graficzne: Dominik Jaksik

Wydawca: Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych (KIPA)

ul. Chełmska 21 bud. 28 c, 00-724 Warszawa

biuro@kipa.pl

www.kipa.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Warszawa, listopad 2020



Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych

ul. Chełmska 21 bud. 28c
00-724 Warszawa

biuro@kipa.pl

www.kipa.pl

Publikacja ta powstała w ramach projektu Akcelerator 3.0,
dofinansowanego ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego
pochodzących z Funduszu Promocji Kultury.



Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.