Blake Snyder

O Kediyi Kurtar

Senaryo Yazarken İhtiyaç Duyacağınız O Kitap!



BASKI

Çeviren: Erdem Avşar

hep kitap

O Kediyi Kurtar

O Kediyi Kurtar

Orijinal adı: Save the Cat
© 2005, Blake Snyder
Yazan: Blake Snyder
İngilizce aslından çeviren: Erdem Avşar

© hep kitap 2022
Bu kitabın Türkçe yayın hakları Onk Ajans Ltd. işbirliğiyle Michael Wiese Productions'tan alınmıştır.

Bu eserin bütün hakları saklıdır. Yayınevinden yazılı izin alınmadan kısmen veya tamamen alıntı yapılamaz, hiçbir şekilde kopya edilemez, çoğaltılamaz ve yayımlanamaz.

1. baskı / Ekim 2018, İstanbul
4. baskı / Mart 2022, İstanbul (Toplam 6.000 adet)

ISBN 978-605-192-246-1

Sertifika no: 48040

Kapak tasarımı: Yetkin Başarır

Baskı: Optimum Basım Yayın San. ve Tic. Ltd. Şti.
Tevfikbey Mah. Dr. Ali Demir Cad. No: 51/1
34295 Küçükçekmece / İstanbul
Tel. (0212) 463 71 25
Sertifika no: 41707

hep kitap
Caferağa Mah.
Neşet Ömer Sok.
Aydın İş Merkezi
No:4 Kat:4
Kadıköy 34710 İstanbul

www.hepkitap.com.tr / info@hepkitap.com.tr

** hep kitap, TEAS Yayıncılık A.Ş.'nin tescilli markasıdır.*

O Kediyi Kurtar

Senaryo Yazarken İhtiyaç Duyacağınız O Kitap

Blake Snyder

Çeviren:
Erdem Avşar

hep kitap

İÇİNDEKİLER

ÇEVİRENİN ÖNSÖZÜ 7
TEŞEKKÜR 11

ÖNSÖZ 13
Zide/Perry'nin proje geliştirme yöneticisi (*Amerikan Pastası*, *Son Durak*, *Hellboy*) ve yapımcı Sheila Hanahan Taylor'dan O Kediyi Kurtar metoduna resmi onay.

GİRİŞ 17
Neden bir senaryo yazımı kitabı daha? – Yazar hakkında birkaç bilgi ve kitabın yazılma nedeni – Hem "O Kediyi Kurtar" ne demek ki?

BİRİNCİ BÖLÜM: NEYMİŞ? 23
"Fikrin" önemi – "*Logline*" nedir ve daha iyi bir *logline* yazmanın dört kuralı nelerdir? – "Yüksek konsept" nedir, neden hâlâ geçerlidir? – Eğlenmek ve kâr etmek için filminizi satma denemesi – Artı, fikir yaratma becerilerinizi hemen harekete geçirecek beş oyun.

İKİNCİ BÖLÜM: AYNISINDAN VER BANA... AMA FARKLI OLSUN! 43
Janrlarla ilgili her şey – Yapılmış tüm filmleri sınıflandırabileceğiniz 10 janr – Janr, filmi ve sizin için ne kadar önemli? – Artı, filmlerin türünü tespit etme yolları.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: HANİ BİR ADAM VARMIŞ DA... 69
Filmin konusu kahramandır – Kahraman neden fikre hizmet etmelidir? – Film fikri daha iyi işlemesi için kahramana nasıl ayar çekilir? – Filmin "kasting"i efsanesi – Jung'cu arketipler – Onlara niye ihtiyacımız var?

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: FİLMİN RİTMİNİ YAKALA! 89
BS2 olarak da bilinen "Resmi Blake Snyder Vurgu Dökümü"nde tanımlanan film vurguları – BS2'de de göreceğiniz, her başarılı filmde bulunan 15 vurgu üstüne derin bir tartışma – Vurgular *Güzel Dedektif*'te nasıl işliyor?

BEŞİNCİ BÖLÜM: BİR CANAVAR YARATMAK 119
Tahta dizilimi – Filmin her bölümü için bir tane olmak üzere filmi dört yatay satıra bölmek – 40 dizin kartı (ama sadece 40 tane!) – Tahta'daki dağılıma bakarak sorun çözme – Bir senaryo bir iş planına nasıl benzer, satılabilecek bir tanesi nasıl yaratılır?

ALTINCI BÖLÜM: SENARYO FİZİĞİNİN DEĞİŞMEZ KANUNLARI 139
Hollywood'un içinde kazanılan tecrübelere dayanan senaryo yazım kuralları – Örneğin: *O Kediyi Kurtar*; *Papa Havuzda*; *Çifte Saçmalık*; *Bitmek Bilmez Tesisat İşi*; *Çok Fazla Badem Ezmesi*, namı diğer *Siyahi Veteriner*; *Buzula Dikkat!* ve *Kutsal Hazine Eğrisi*.

YEDİNCİ BÖLÜM: BU RESİMDE YANLIŞ OLAN NE? 161
Her şeye rağmen 110 sayfalık bir hiç yazdınız – Tekrar yola koyulmanızı sağlayacak altı hızlı senaryo kontrol yöntemi: *Kahraman Yol Gösterir*; *Kötü Adamı Daha da Kötü Yap*; *Dön, Dön, Dön*; *Duygusal Renk Paleti*; *"Selam, Naber, Benden de İyilik"*; *Bir Adım Geri* – Hepsi etkisi kanıtlanmış ve garantili senaryo tamiri yöntemleri.

SEKİZİNCİ BÖLÜM: SON KEZ "GÖRÜNTÜ AÇILIR:" 181
Senaryonuzu yollamaya başlamadan önce işleri kolaylaştırmanın yolları – Acemiler ve profesyoneller için senaryonun satılması ve filme dönüşmesi için pazarlama önerileri – Artı, kişisel örnekler.

SÖZLÜK 199
O Kediyi Kurtar'da yer alan A'dan Z'ye her argomsu deyimin açıklaması ve Hollywood'da kullanılan diğer terimler.

Çevirenin Önsözü

Senaryo yazarlığı ve dramatik yazarlık tekniklerine yönelik yazılmış her kitap, üniversitelerde verilen her ders, bağımsız kurumlarda yürütülen her atölye çalışması beraberinde bir tartışmayı da getiriyor. Bu tartışmanın tekniğin kendisinden çok yazarlıkla ilgili içimize işlemiş, artık bir refleks haline gelmiş bir düşünceyle ilgili olduğuna inanıyorum: Çoğunlukla yazarlığı tam olarak ne ifade ettiği belli olmayan "gizli bir yaratıcı güç"le açıklama eğilimi gösteriyoruz. Böylesi bir inanç da yazmanın tekniğe dayalı, öğrenilebilir ve geliştirilebilir tarafını bütünüyle dışarıda bırakıyor. Teknik dışarıda kalınca da yazmak, yeryüzünde sadece belli bir grup insana, bir sınıfa, bazen de özel bir zümreye bahşedilmiş bir yetenekmiş gibi düşünülüyor. Eğer o şanslı gruptansak yazabiliriz, değilsek zaten yazmak öğrenilecek bir şey olmadığı için hiç boşa zaman kaybetmesek de olur. İşin kimsenin bilmediği bir sırrı varsa, yukarıdaki önerme geçerli ama yazarlığın zanaatı üstüne düşünürsek baştan aşağı yanlış. Blake Snyder'ın *O Kediyi Kurtar* kitabı ve kitaba adını veren tekniğin yaptığı şey de temelde bu: Yazarlık gizemini kaldırıp yerine erişilebilir bir tekniği koymak.

O Kediyi Kurtar, yayımlandığı günden beri ana akım Hollywood sinemasında "senaryo el kitabı" olarak kullanılıyor. Mevcut senaryo yazarlığı kitaplarının sayısı ("yaratıcı yazarlık" kitaplarını saymıyorum bile) ve Amerika'da film yapma biçiminin ne kadar hızlı değiştiği düşünüldüğünde bir kitabın on üç yıl boyunca bir başvuru kaynağı olarak kalabilmesi çok büyük bir başarı. Blake Snyder, kitabın için-

de kendisinin de söylediği gibi, ne ilk ne de tek senaryo yazarlığı "guru"su. Tekniği itibariyle Syd Field, Robert McKee, Will Dunne, hatta Louis E. Catron gibi yazarlık teknikleri üstüne düşünüp kitaplar yazmış, dünya çapında eğitim ve seminerler vermiş diğer isimlerle de sıkı bir alışveriş içinde. Hatta bu yazıyı yazarken bu ortaklığı çok iyi özetleyen bir şey çıktı karşıma, hoş bir tesadüf: *The New Yorker*'ın son sayısının kapağına genç bir senaryo yazarı taşınmış. Adrian Tomine'nin çizdiği *Dördüncü Duvar* (*Fourth Wall*) isimli harika illüstrasyonu. Genç kadın bir kafede oturmuş, önünde bilgisayarı, sokaktan gelip geçeni izliyor. Bilgisayarın ekranında bir senaryoyazım programı açık, bilgisayarın yanında ise üst üste dizilmiş üç kitap duruyor: Robert McKee, Syd Field ve tabii Blake Snyder'ın *O Kediyi Kurtar*'ı. Bu "büyük üçlü"nün çok sayıda ortak noktası olsa da (senaryolarda dramatik yapının önemi, karakter gelişimi anlayışları, birbirine bağlanan dramatik vurguların bütün bir senaryoyu sırtlanması gibi) Snyder için diğerlerinden farklı olarak saha çalışması, yapımcılarla yapılan toplantılar, senaryoların stüdyolara satılması gibi "pratik" ve profesyonel meseleler de en az dramatik anlatı teknikleri kadar önemli. Kitabın senaryo yazım tekniklerine odaklandığı doğru fakat bir başka temel özelliği sinemanın ticari yönüne sırtını dönmemesi.

Blake Snyder'ın üslubu çoğu zaman komik, ara sıra da oldukça iğneleyici ama kitabın bu "eğlenceli" imajının altında ciddi bir yazarlık metodunun film sektörü analiziyle birlikteliği yatıyor. Kitabın Türkiye'de ve 2018 yılında yayımlanmasının bu bakımdan da ayrıca önemli olduğunu düşünüyorum. Türkiye sineması dediğimizde Hollywood'daki gibi kurumsallaşmış bir sistemden ve endüstriden bahsedemediğimizi biliyoruz. Yine de "film yapmak" teknolojiyle, senaryonun dışındaki "dış dünya"yla, ülkelerin ekonomisiyle, kültür politikalarıyla çok yakından ilişkili olduğu için Hollywood özelinde de olsa işlerin büyük ölçekli projelerde nasıl işlediğini anlamak elzem görünüyor. Hem o "dış dünya"da ne olduğunu kavrayabilmek hem de buradaki mevcut sistemin eksiklerini, yetersiz kaldığı alanları daha iyi tanımlayabilmek için. Ama sadece bu da değil.

İş yapış biçimimizi belirleyen bu ekonomik ve kültürel etmenler o kadar değişken ki ciddi bir finansal kaynak gerektiren sinemanın bu yönünü de göz önünde bulundurmak, en azından farkında olmak senaryo ve film prodüksiyonu arasındaki ilişkiye dair evrensel bir bakış geliştirmek anlamına da geliyor.

Endüstri koşulları ve senaryo tekniğini paralel düşünmesi *O Kediyi Kurtar*'a büyük övgüler getirdiyse de Snyder'a kıyasıya karşı çıkan çok sayıda eleştirmen ve yazar da oldu. Bunun altında da yine Snyder'ın ticari sinemayı merkeze alması yatıyor. *Güzel Dedektif* (*Miss Congeniality*) filmini, lineer zaman kurgusuyla ve dramatik yapıyla oynayan Christopher Nolan filmi *Memento*'dan daha "başarılı" bulmasının nasıl bir şaşkınlık ve tartışma yaratmış olabileceğini tahmin etmek çok zor değil. Aslında Snyder'ın söylediği şey şu: *Güzel Dedektif*, iyi kurulmuş bir senaryonun tüm öğelerini içinde barındırıyor, büyük bir yapım şirketine satılmış, sonra da çok iyi gişe hasılatı yapmış bir film. *Memento* ise o kuralları pek de umursamayan, gişesi çok parlak olmamış bir film. Fakat *Memento*'nun sinema tarihine bıraktığı iz *Güzel Dedektif*'ten çok daha büyük ve kalıcı. Snyder'ın bunu bilmediğini düşünmek pek mümkün değil. Amacı onu inkâr etmekten çok okurunu kitap boyunca sinema sektörünün ticari tarafının sınırları içinde tutabilmek. *O Kediyi Kurtar*'ın da yazarlık tekniklerinden söz eden herhangi bir kitabın da en heyecan verici tarafı burada ortaya çıkıyor. Robert McKee sadece senaryoyu ve onun asli öğelerini anlatıyor, Will Dunne sinema anlatırken bile örneklerini tiyatrodan alıyor, Snyder ise ana akımı anlamaya çalışıyor. Bu yaklaşımların hepsine ayrı ayrı hak verip benimseyebiliriz, üçünü bir arada da kullanabiliriz ya da hepsini tamamen reddedebiliriz. Eğer sağlam bir dramatik yapıya oturtulmuş bir senaryo yazmak istiyorsanız tekniğini Snyder, bu kitapta anlatıyor. Eğer bu dramatik yapının bir tür reçete yarattığını, sanatsal ifade biçimlerine ket vurduğunu düşünüyorsanız, bu defa da Snyder'a olan itirazınızdan yeni bir üslup doğabilir. Aynı kitapla ve aynı teknikle tipik bir Hollywood filmi de yazılabilir, aynı teknikten doğacak yeni bir yaklaşımla *avangard*

bir senaryo da. Yazarlık, tam da bu teknik sayesinde "mucizevi" güçleri olan bir grubun sırrı olmaktan çıkıp oynayabileceğimiz, değiştirebileceğimiz, kurallarını tanıyıp sonra yeniden tanımlayabileceğimiz bir faaliyet haline geliyor.

Son olarak çeviriyle ilgili birkaç ufak not: Kitabın dertlerinden biri de senaryo yazarı adaylarına işin "jargon"unu öğreterek profesyonellerle kuracakları iletişimi kolaylaştırmak. Kitabın Türkçe çevirisinin de aynı amaca hizmet edebilmesi için her terime mutlaka Türkçe bir karşılık bulmak yerine ülkemizdeki yapımcılar, yönetmenler ve yapım şirketleri tarafından zaten İngilizce olarak kullanılan terimleri çeviride de İngilizce olarak tuttuk. Türkiye'deki sinema anlayışına yabancı bazı kullanımlar ve kavramlar için dipnotlar ekledik. Kitap boyunca Snyder'ın örnek olarak verdiği filmlerin adları Türkçe ve İngilizce olarak metinde yer alıyor. Merak edenlerin filmleri bulmalarını kolaylaştırmak amacıyla Türkçe isimler burada gösterime nasıl girdiyse öyle yazıldı. Kitabın sonunda Snyder'ın yazmış olduğu bir Sözlük bölümü var. Kitap boyunca kalın olarak yazılmış belli başlı ifadelerin açıklamaları ve tanımları için Sözlük'ten faydalanabilirsiniz.

Eğer Snyder'ın tüm alıştırmalarını yaparak ilerler, kitabı bir yol haritası olarak kullanırsanız kitap bittiğinde elinizde tamamlanmış bir senaryonuz olacak. Aynı yöntemi başka senaryolarınızda da kullanabilir, önceden yazıp bitirmiş olduğunuz senaryolarınız varsa onları gözden geçirmek ve yeni taslaklarını yazmak için aynı alıştırmalardan yararlanabilirsiniz.

Yazarlık sıklıkla "yalnızlık" fikriyle eşleştirilir. Bu da bir türlü vazgeçilemeyen bir yazar imajı klişesi ama bir yandan bir doğruluk payı da var sanırım. O yüzden bir senaryonun beşinci taslağı üstünde çalışırken elinizin altında güleceğiniz, kızacağınız, katılacağınız, peşinden gideceğiniz ya da didişeceğiniz bir kılavuzun olması büyük bir lüks. Bir hikâye, o hikâyenin yapısı ve üslubu üstünde çalışmak kadar heyecan verici çok az şey var, *O Kediyi Kurtar* da o yolda sizi yalnız bırakmayacak.

Erdem Avşar

Teşekkür

Bu kitabın yazılmasına yardım eden çok isim var. Aralarından, öncelikle, arkadaşım ve akıl hocam B.J. Markel'e teşekkür etmek istiyorum. Eğlence sektörüne dair tavsiyeleri ve sabırla kitabın editörlüğünü yaparak harika bir iş çıkardığı için teşekkür ederim. Ayrıca Ken Lee'ye her zamanki desteği ve duyduğu heyecan için teşekkür etmek istiyorum. Hakiki bir ortak ve sanatçı Gina Mansfield'a da teşekkür ederim. Her şeyden önemlisi, sinema sektörünün her yönünü ele alan, böyle muhteşem bir kitap serisi yarattığı, sektörün en etkili ve başarılı isimlerinden olduğu için Michael Wiese'ye çok teşekkür ederim. Son olarak "bizim buraların müdavimleri" ekibine, özellikle de Marin, Melanie, Rich, Lee, Lisa, Zed, Zak, Eric, Jake ve Mendell'e beni cesaretlendirdikleri için teşekkürler.

Önsöz

Zide/Perry Entertainment'ın ve *Amerikan Pastası* (*American Pie*) üçlemesi, *Hellboy*, *Cats and Dogs*, *Son Durak* (*Final Destination*), *Son Durak* 2 gibi filmlerin yapımcısı, UCLA Yapımcılık Programı'nda öğretim üyesi Sheila Hanahan Taylor'dan.

Bu kitabın HER sayfasında kendimi Hollywood'un dört bir köşesindeki film stüdyolarında başlamış, geliştirilme aşamasında olan projelerimi ikinci –hatta üçüncü– kez gözden geçirirken buldum. Blake Snyder'ın tüm araçlarını, ipuçlarını ve fikirlerini kullanarak! Blake'in herkesin –acemisinden halihazırda iş yapan yapımcısına kadar– faydalanabileceği bir kitap yazmış olmasına çok seviniyorum. Böyle bir şey kaç zamanda bir oluyor ki!?

Üstelik bir de baktım ki OKK'nin taktikleri onlara da bir el atsın diye temsilcileri olan, senaryoları çekilmiş bazı yazarlara da *O Kediyi Kurtar*'ı önermenin kibar bir yolunu arıyorum. Senaryo yazımına Blake'in önerdiği biçimde yaklaşan yazarların arttığı bir yerde neler olabileceğini bir hayal edin. Bir kere hafta sonları çok daha iyi şeyler okuyor olurdum: Hem satılabilir/filme çekilebilir bir içerik bulabilir hem de senaryo yazarlığı tekniğinden anlayan, şirkette bekleyen fikirler için işe alınabilecek yeni yazarlar keşfedebilirdim. (Şimdi bir daha düşündüm de, Blake, kitabını bastırmak istediğine EMİN MİSİN acaba? Rekabeti güçlendirebilir gibi geliyor!)

Stüdyo yöneticilerinin gösterdiği "başarılı" film örneklerine benzer filmleri [*Güzel Dedektif* (*Miss Congeniality*), *Zor Ölüm* (*Die Hard*), *Bu Nasıl Sarışın* (*Legally Blonde*), *İşaretler* (*Signs*)] ustalıkla kullanan; bu filmlerin tüm yönlerinin –janr, olay örgüsü, yapı, pazarla-

ma, kasting– işleyişini acemilerin de profesyonellerin de anlayabilecekleri –sonra da kullanacaklarını umuyorum– biçimde gösteren bir kitap aradım durdum. O *Kediyi Kurtar* tüm yapımcıların ve stüdyo yöneticilerinin gizemli dilini tercüme eden bir Berlitz rehberi gibi. Siz de bir kez çek defterini elinde tutanlar gibi düşünmeyi öğrendiniz mi, başarıya bir adım daha yaklaştınız demektir.

Zide/Perry'de –yeni senaryo yazarlarının, yeni başlayan kariyerlerin Hollywood'daki ilk yuvalarından biri– Blake'in stratejilerinin hepsini tek tek tavsiye ediyoruz derken abartmıyorum: Yazılan senaryonun janrında çekilmiş filmleri izlemek, her filmi temel öğelerine ayırmak, afişin nasıl olduğunu, kastın kimlerden oluştuğunu sormak, benzer filmlerle karşılaştırmalar yapmak ve o karşılaştırmanın neden iyi hikâye anlatıcılığı anlamına geldiğini göstermek... O *Kediyi Kurtar*'ı ilk kez elime aldığımda sanki Blake son altı yıldır ofiste bizimle birlikte oturmuş, konuştuklarımızı duymuş da kayda geçirip bir kutsal kitaba aktarmış gibi hissettim.

O *Kediyi Kurtar*'daki adımları takip etmenin işe yaradığı tecrübeyle sabit. Bu sayfalarda anlatılan felsefeyi kullanarak kariyerini başlatan onlarca yazar/yapımcı sayabilirim! O kadar değerli ki bu kitap. İyi ki Blake her şeyi bu kadar etkili ve zekice yazılmış bir kitapta toplamak için zaman yaratmış. İyi bir senaryonun giriş bölümü nasıl size sinsi sinsi yaklaşırsa kitaptaki rahat üslup sayesinde verilen bilgiler ve kavrayış da öyle yaklaşıyor. Daha farkına bile varmadan kitabın tamamını okumuş, bir sürü şey öğrenmiş ve bir sonraki projenize girişmek için hâlâ heyecan duyuyor olacaksınız.

Bu kitap, senaryo yazarlığı zanaatını işin ticari tarafından başlayarak incelediğinden, bence hem elzem hem de devrim niteliğinde. O *Kediyi Kurtar*, bir bütünün iki yarısını da dikkate alıyor. Çünkü bu işte başarıya giden yol, sanatla ticari olan arasında bir denge tutturmaktan geçiyor. Bu kitabın yaptığı şey de tam olarak bu!

Tıpkı çok kıymetli klasik ve müthiş senaryo koleksiyonum gibi O *Kediyi Kurtar* da aynı rafta, Syd Field'ın yanında durması gereken bir kitap. Ticari senaryo yapısı ve stratejisi hafızamı çabucak

tazeleyecek bir rehber istediğim her an bu kitabı tekrar elime alacağım.

Son olarak: Onlarca kılavuz kitap okuduktan sonra UCLA'deki bölüm başkanlarına senaryo yazarlığı/işin piyasası üstüne zorunlu okuma olarak değerlendirilmesi için HAYATIM BOYUNCA önerdiğim İLK kitap bu oldu. O *Kediyi Kurtar* bence bu işin içinde olmakla uzaktan yakından ilgilenen herkes için zorunlu bir okuma.

Giriş

Senaryo yazarlığıyla ilgili bir kitap *daha mı*!?
Çoğunuzun böyle düşündüğüne eminim.

Bir bakıma haklısınız da. Çok sayıda iyi senaryo yazım kılavuzu var. Tüm bunların nasıl başladığını görmek isterseniz, her şeyi başlatan ve herkese her şeyi öğreten usta Syd Field'ı inceleyebilirsiniz.

Başka çok iyi kitaplar ve kurslar da var; çoğunu da denedim.

İçlerinden Viki King'in inanması güç bir başlık taşıyan kitabı *How to Write a Movie in 21 Days*'i [21 Günde Senaryo Yazma Kılavuzu] seviyorum. İnanması güç, evet, ama ben başardım – üstelik yazdığım senaryoyu da sattım.

Başka hiçbir şeyi saymasak bile sadece derslerdeki performansının değeri nedeniyle Robert McKee'ye karşı elbette bir zaafım var. McKee, *The Paper Chase*'deki[1] John Houseman gibi. Eğer siz de bir senaryo yazarı adayıysanız en az bir seminerine katılmanız şart. Harika bir gösteri, kaçırmak istemezsiniz.

Son olarak, çok film izlemiş ve "bunu BEN DE yaparım" dedirtecek kadar kötü film görmüş olduğunuz için herhangi bir "senaryo-nasıl-yazılır" kitabına hiç de ihtiyacınız olmadığını zannedebilirsiniz.

[1] *Evrak İşi* olarak çevrilebilir. 1973 tarihli bir James Bridges filmi. John Houseman filmde Harvard Hukuk Fakültesi öğretim üyelerinden Charles W. Kingsfield'ı canlandırıyordu. (ç.n.)

O zaman bu kitap niye?

Neden şimdi?

Ve *ben* size şimdiye kadar başka bir yerde hiç duymadığınız, senaryonuzda fark yaratacak şeyleri *nasıl* anlatabilecekmişim ki?

Öncelikle senaryo yazım kitapları arasında daha önce hiç "bizim dilimizi konuşan" bir tanesini görmedim. Sekiz yaşındayken babam için seslendirme yapmaya başladığımdan beri eğlence endüstrisinde çalışmış bir profesyonel olarak mesele iş konuşmak olunca belli kısaltmalar ve argo kullanmaya alışkınım. Diğer kitaplar hep çok akademik! Çok steriller. Filmlere çoooook büyük bir hayranlık ve saygıyla yaklaşıyorlar –alt tarafı bir film!– ve bu da ayaklarına dolanıyor. Senaryo yazımına dair bir kılavuz kitap da senaryo yazarları ve yapımcıların kullandığına benzer kısaltmaları kullansa hoş olmaz mıydı?

İkinci olarak da –bunu kimseye saygısızlık etmek için demiyorum ama– senaryo nasıl yazılır kitabı yazacak yazarın önce kendi yazdığı bir şeyi satmış olması iyi olur! *Sizce de öyle değil mi?* Bu benim kendimi özellikle yetkin hissettiğim bir alan. Yirmi yıldır senaryo yazarı olarak çalışıyorum ve bu işten milyonlarca dolar kazandım. Çok sayıda "yüksek konsept" ve stüdyolar arası teklif savaşları doğuran kendi kendime yazdığım *spec*[2] senaryolar sattım. Bazıları filme bile çekildi.

Steven Spielberg, Michael Eisner, Jeffrey Katzenberg, Paul Maslansky, David Permut, David Kirschner, Joe Wizan, Todd Black, Craig Baumgarten, Ivan Reitman ve John Landis senaryolarım

[2] Hollywood merkezli senaryo yazarlığından söz ederken "*spec* senaryo"lar, "*spec* senaryo yazarı" gibi ifadeler sıkça kullanılır. *Spec*, spekülatif anlamına gelen *speculative*'in kısaltılmasıdır. Henüz herhangi bir yapımcıya, bir şirkete veya bir yönetmene satılmamıştır. Yazarın yazdığı senaryo, ona ısmarlanmamıştır. Senaryo yazarı, senaryosunu kendisi veya menajeriyle birlikte "satmanın" yollarını ve satılacak şirket/film stüdyosunu aramaya başlar. Amerika'daki film stüdyosu (Universal, Warner Bros., Paramount vb.) yapısı Türkiye'de mevcut olmadığından senaryo yazarlarının çoğunun halihazırda bağımsız yazarlar, yazdıkları senaryoların çoğunun da "sonradan satılmak üzere, ısmarlanmamış" *spec* senaryolar olduğunu söylemek mümkün. Elbette yine de birkaç yapım şirketi ve TV dizileri gibi istisnalar söz konusu. (ç.n.)

için notlar iletti. Ayrıca bu isimler kadar ünlü olmasalar da en az onlar kadar bilgili ve tecrübeli daha birçoğunun birlikte oluşturduğu, hepimizin kullandığı, beğendiğimiz ve senaryolarımızı üstüne inşa ettiğimiz ortak bilgilerden yararlandım.

Üçüncüsü, böyle bir kılavuzu yazan adamın bu metodu Hollywood'da başkalarına öğreterek gerçekten kullanmış olması, o başkalarının da sonradan kendi senaryolarını satmış olmaları işin artısı değil mi?

Eh, o adam da benim.

Başka senaryo yazarlarıyla birlikte uzun zaman çalıştım. Piyasanın en başarılı senaryo yazarlarından bazılarına kendi yöntemimi ve kestirme yollarımı öğrettim. Daha iyi bir senaryo yazarı olmalarına katkıda bulundum. Çünkü benim bu işe yaklaşımım pratik ve sağduyu temelli ama her şeyden önemlisi işe yaraması.

Son olarak, bence bir senaryo yazım kitabı size senaryonuzu satma olasılığınız hakkında da doğruyu söylese iyi olur. Sanki hiç cesaretlendirilmemesi gereken insanları ve fikirleri teşvik etmek üzere tasarlanmış bir sürü seminer ve senaryo yazarlığı programı var etrafta. Sizi bilmem ama bana çok zalimce geliyor. "İçindeki sesi dinle!" "Hayallerine sahip çık!" gibi tavsiyeler ancak terapi görüyorsanız işe yarar. Ben ne mi yapıyorum? Ben şansımı gerçekten artırmak istiyorum. Hayat kısa. Aziz Aloysius'un hayatından ilhamla yazdığım ya da bir yaz başıma gelen bir olaydan yola çıktığım "gerçek bir olaydan esinlenilmiştir" senaryosunun satılma şansı yoksa kimsenin beni "aslında satılabilir" diye kandırmasına gerek yok.

E o zaman niye bir senaryo yazarlığı kitabı daha yazdım? Çünkü okuduğum diğerleri işin gerçekten neye benzediğini söylemiyor, okuruna sahada başarı kazandıracak araçları da sunmuyor. Bir de üstüne üstlük öyle kitaplar okurdan çok yazarın işine yarıyor. Ben şahsen senaryo yazarlığı hocalığı kariyeri istemiyorum. Ben sadece bildiklerimi aktarmak istiyorum. Tüm bunların yanında, artık "sırlarımı ifşa etmeye" hazır olduğum bir noktadayım. Bir-

çok şahane fırsat çıktı karşıma, işi ustalarından öğrendim, şimdi de sıra size anlatmaya geldi.

Bu günlerde yapılan filmlerin birçoğunda fark ettiğim sağduyu eksikliği de bu kitabı yazmaya girişmemi sağladı. İşle ilgili dolaşımda olan onca bilgiye rağmen, Hollywood'dakilerin çoğu sırf stüdyolarda ofisleri ve büyük gider hesapları var diye artık kurallara uymamıza gerek kalmadığını düşünüyorlar.

Bu da beni cidden kudurtuyor!

Bu kitabı yazdığım sıralarda beni özellikle rahatsız eden bir mesele var, gerçi ticari açıdan bakınca epey akıllıca: "Film-gösterime-bir-girsin-de" trendi. Filme dünyanın parası harcanır, dibine kadar yalan yanlış reklamı yapılır, 3.000'den fazla salonda gösterime girer, maliyetinin tamamını da ilk hafta yaptığı dev gişeyle karşılar. Sonra da film kulaktan kulağa kötülendiği için ikinci haftasında gişesi yüzde 70-80 düşer. Ama kimin umurunda?

Yapımcılar yıldız oyunculara, özel efektlere, reklamlara, pazarlamaya, –bir de tabii bütün o afişlere– harcadıkları onca para yerine, birkaç kâğıtla kaleme 4 dolar verip bir de iyi senaryo yazmanın kurallarına uysalar hem paralarını daha iyi harcamış hem de daha iyi filmler yapmış olurlardı. Bu trendin beni kızdıran tarafı bu işte!

Lara Croft 2 gibi son moda, havalı bir filme bakalım mesela. O filme bir servet harcadılar. Kimse de hâlâ ne olduğunu anlamadı. Hedef kitlesi erkekler neden filme gelmedi çözemiyorlar. Bana şaşırtıcı gelmiyor. Burada yanlış olan şey ne? Yapımcılar nerede yollarını şaşırdı? Cevap bence çok ama çok basit: Bir karakter olarak Lara Croft'u sevmiyorum. Niye seveyim ki? Buz gibi, şakadan da anlamıyor. Video oyunları ve çizgi romanların içekapanık dünyasında bu bir sorun olmayabilir ama böyle bir karakter beni evimden çıkıp filme gitmeye ikna etmiyor. Filmin yapımcıları Lara Croft'u "cool" gösterip size de sevdireceklerini düşünmüşler. Moda filmlerde "karakter gelişimi" demek şu demek: "Karakterin *cool* bir arabası var." Çekici bir karakterin böyle yaratılabileceğini düşünen birileri var.

Neyse arkadaşlar ben ne kadar "cool" olduğuyla ilgilenmiyorum, "cool"luk işlemez.

Neden?

Çünkü bizi hikâyenin içine çeken en önemli unsur, birlikte yolculuğa çıktığımız insanı sevmemiz.

Bu da bizi bu kitabın başlığına döndürüyor: O *Kediyi Kurtar.*

Neyi kurtar neyi?

"O Kediyi Kurtar" sahnesi diyorum ben buna. Artık filmlere koymadıkları bir sahne. Aslında çok basit. "O Kediyi Kurtar" sahnesi kahramanımızla tanıştığımız, kahramanın bir şey *yaptığı* –mesela kedi kurtardığı–, kahramanı tanımlayan ve bizim, yani seyircinin de onu sevmesini sağlayan sahne.

Gerilim filmi *Aşk Denizi*'nde (*Sea of Love*) Al Pacino bir polistir. İlk Sahne'de Al Pacino bir tuzak operasyonun ortasındadır. Tahliye şartlarını bozan birkaç suçlu güya NY Yankee'leriyle buluşma sözü almıştır. Ama buluşma yerine geldiklerinde onları tutuklayacak Al ve polis arkadaşlarıyla karşılaşırlar; tuzağa çekilmişlerdir. Yani Al "cool" bir karakter. (Sonuçta operasyonu tezgâhlamak için "cool" bir fikir de bulmuş.) Ama işini bitirip dışarı çıkarken tatlı bir şey yapar. Tuzağa geç kalan bir başka suçluyu görür; yanında oğlunu da getirmiştir. Babanın çocuğuyla birlikte olduğunu görünce, Al adama çabucak polis rozetini gösterir, adam durumu anlar, kafasını sallar ve hemen çıkıp gider. Al, yanında küçük oğlu olduğu için adamın oltadan kurtulmasına izin verir. Al'ın tamamen yumuşamadığını da bilin ama. Dolandırıcıya "cool" bir laf etme fırsatını da kaçırmaz: "Seninle sonra nasılsa görüşeceğiz." Siz ne düşünüyorsunuz bilmiyorum ama ben Al'ı *sevdim*. Beni nereye götürmek istese onunla giderim. Bir de ne var biliyor musunuz? Al kazansın diye ona destek de olurum. Sırf Al, baba ve beysbol hayranı oğlu arasında geçen iki saniyelik bir ilişki sayesinde.

Lara Croft 2'nin yapımcıları Angelina Jolie'nin vücudunu sımsıkı saran yeni lateks kostüm geliştirmeye 2,5 milyon dolar harcamak yerine iyi bir O Kediyi Kurtar sahnesine 4 dolar verseydi neler

olurdu hayal edebiliyor musunuz? Çok daha iyi iş yaparlardı.

Kitabın adı bu yüzden *O Kediyi Kurtar*. Sizin de film piyasasında iş yapan bazılarının da anlamasını istediğim sağduyuya dayalı temel prensipleri, iyi hikâye anlatıcılığını yöneten fizik kurallarını ifade ediyor. Hepsi benim ve diğer yazar arkadaşlarımın gerçek Hollywood okulunda yediğimiz sillelerden çıkardığımız dersler.

Biz, umuyorum siz de, mallarımızı piyasanın büyüklerine satmaya, büyük bir satış yapmaya ve olabilecek en geniş seyirci kitlesine hitap etmeye çalışıyoruz. Hit bir filmimiz, hatta bir de mümkünse devam filmimiz olsun istiyoruz! Eğer voliyi vurmayacaksak, niye oynayalım? Bağımsız film dünyasını da çok sevmeme rağmen ben asıl golümü büyük stüdyoların sahasında atmak istiyorum. O yüzden de bu kitap öncelikle ana akım film piyasasına hâkim olmak isteyenler için.

Bu yöntemler de senaryo yazarlığı tecrübelerim de kendiliğinden ortaya çıkmadı. Kitabı da ithaf ettiğim tüm yazar arkadaşlarımdan bir şeyler öğrendim: Howard Burkons, Jim Haggin, Colby Carr, Mike Cheda, Tracey Jackson ve Sheldon Bull. Menajerlerim – mesela sevgili Hilary Wayne–, müdürüm Andy Cohen ve diğerlerinden hem öğrendim hem de kariyerimi onlara borçluyum. Ayrıca bağımsız filmlere bayılan, onlarla büyümüş seminer öğrencilerim ve internetteki yazarlar, akıllı gençlere özgü o ukala ötesi halleriyle sorgulaya sorgulaya beni aydınlattılar.

Eğer "O Kediyi Kurtar" örneğim iştahınızı açtıysa ve daha çok püf nokta öğrenmek istiyorsanız haydi başlayalım. Kitapta birçok basit yöntem var. O Kediyi Kurtar da onlardan biri. Hepsi de işliyor.

Her zaman.

Öğrenip kullanacağınızı, hatta yıkacağınızı umduğum yöntemler bunlar. Ve umarım filminiz gösterime girdiğinde hem sizi mutlu eder *hem de* bir hit olur. O zaman siz de *kendi* yöntemlerinizi başkalarına aktarırsınız.

Birinci Bölüm
Neymiş?



Hepimizin başına gelmiştir...
Cumartesi gecesi.

Arkadaşlarınızla bir film izlemeye karar veriyorsunuz.

İçinizden birini gazetedeki film önerilerini okusun diye seçiyorsunuz. Diğerleri de dinleyip karar verecek. Eğer bağımsız bir senarist adayıysanız, az sonra çok önemli bir ders çıkaracaksınız.

Şimdiye kadar bu şerefe eriştiyseniz, yani bir arkadaş grubu içinden film tanıtımlarını okumak için seçilen siz olduysanız, tebrikler, bir filmi bir profesyonel gibi "satma" tecrübesi edindiniz demektir. Profesyonellerin karşılaştığı bir sorunla siz de yüzleştiniz. Evet, filmin yıldızı George Clooney; elbette acayip görsel efektleri var; tabii ki Ebert ve Roeper filme beş yıldız vermiş.

Ama filmin konusu neymiş?

Bu soruya verecek bir cevabınızın olmadığını anında anlarsınız. Eğer filmin konusu afişinden, adından iyi anlaşılmıyorsa, filmi tarif etmek için ne diyeceksiniz? Çoğunlukla şöyle oluyor; elinizde gazeteyle öyle dikiliyorsunuz, arkadaşlarınıza da filmin konusunu değil, konusu *olmayan* ne varsa anlatmaya başlıyorsunuz. Kulağınıza çalınan şeyleri. *People* dergisinde yazılanları. Filmin yıldızı *Letterman*'de filmin konusuna dair ne ipucu verdiyse, hepsini yarım yamalak tekrar edersiniz. O kadar zayıf bir açıklamadan sonra da arkadaşlarınızdan dünyanın her yerindeki sinemacıların en çok

korktuğu soruyu duyarsınız: "Başka ne oynuyormuş ya?"

Bunların hepsi başınıza sırf basit bir soruya cevap veremediğiniz için geldi: "Neymiş?"

"Neymiş?", işin özü. "Neymiş?", filmin *kendisi*. İyi bir "Neymiş?" sorusu film dünyasının para birimi.

KESME: Hollywood'da pazartesi sabahı.

Hafta sonu gişe rakamları gelmiş. Gişede dev bir felakete uğramış filmin enkazının dumanı *Variety*'nin baş sayfasında tütüyor. Herkesi hayrete düşüren, sürpriz hit filmin yapımcıları hâlâ telefonda, herkesi arayıp "Ben biliyordum! Ben demiştim sana!" deyip duruyorlar. Ve herkes için tüm süreç yeniden başlıyor:

- Bir yapımcıyla yazar, herhangi bir yöneticinin ofisinde oturmuşlar, "büyük fikir"lerini satmak üzereler.
- Bir menajer, yazarının yazdığı senaryoyu hafta sonu okuyup bitirmiş ve çok beğenmiş; telefonda birine onu anlatıyor.
- Bir yönetici önümüzdeki yaz gösterime sokacakları filmin afişinin nasıl olacağını çözmek için stüdyonun pazarlama ekibiyle toplantı yapıyor.

Hollywood'da film satın alacak konumda olandan, satmaya çalışanına kadar herkes, arkadaşlarınızın cumartesi gecesi size sorduğu o soruyu kavramaya çalışıyorlar: "Neymiş?"

Beceremezlerse yandılar.

Bunlar size fazla duygusuz geldiyse, Hollywood'un "hikâye"yi de filmcilerin sanatsal vizyonunu da umursamadığına inanasınız gelmiyorsa bile bana güvenin; daha beteri geliyor. Çünkü arkadaşlarınıza elinizde gazetenizle film beğendirmeye çalışırken gördüğünüz gibi, dikkat aralığımıza oynayan rekabet gittikçe şiddetlendi.

Filmler, TV, radyo, internet ve müzik var. Kablolu yayın yapan 300 kanal var, dergiler var, spor var. Gayretli bir sinema seyircisinin bile herhangi bir hafta sonu hangi filmi izleyeceğine karar vermesi için ise yaklaşık 30 saniyesi var. Onun kadar hevesli olmayan si-

nema seyircisi ne durumda peki? *Onlarla* iletişim kurmaya çalışan, dikkatlerini çekmek için yarışan onca aracın yarattığı trafiği nasıl aşacaksınız?

O kadar çok seçenek var ki.

Stüdyolar da karar vermek kolaylaşsın diye uğraşıyor. O yüzden o kadar çok devam filmi ve eski filmlerin yeni versiyonları yapılıyor. Bu filmlere de "önceden satılmış *franchise*" diyorlar – hazırlığınızı yapın, daha çok göreceksiniz bunlardan.

Önceden satılmış franchise, oldukça büyük bir seyirci yığınının çoktan benimsediği ve "satın aldığı" şeye deniyor. "Neymiş?" faktörünü de epey kesip atıyor çünkü insanların çoğu az çok ne olduğunu zaten biliyor. Bazı yeni örnekler arasında *Afili Aynasızlar* (*Starsky and Hutch*), *Hulk* ve *Ölümcül Deney* (*Resident Evil*) var: İlki bir TV dizisinden, ikincisi bir çizgi romandan, üçüncüsü de bir video oyunundan uyarlama. Her birinin de kendine ait bir fan kitlesi var. Bir de devam filmleri salgını söz konusu: *Şrek* 2 (*Shrek* 2), *Örümcek Adam* 2 (*Spider-Man* 2), *Görevimiz Tehlike* 3 (*Mission: Impossible* 3), *Ocean's Twelve*. Sebebi Hollywood'un yaratıcılığının tükenmiş olması değil. Karar mercileri sizin bir cumartesi günü, elinizde gazetenizle dururken aslında gerçekten yeni bir şey denemek isteyeceğinizi düşünmüyorlar. Zaten bildiğiniz bir şey dururken niye emin olmadığınız bir şey için 10 dolarınızı riske atasınız?

Belki de haklıdırlar. Eğer "Neymiş?"e bir cevap veremiyorsanız neden bir şans tanıyasınız ki?

Dünyanın tüm bağımsız senaryo yazarları olarak sorunumuz şu: Önceden satılmış *franchise*'lardan hiçbiri bizim değil, bizim olacağa da pek benzemiyor. Biz elinde bir dizüstü bilgisayarı, bir de bir hayali olan insanlarız. Biz, *Arabistanlı Lawrence* (*Lawrence of Arabia*) kadar iyi olup *008 Çılgın Çocuklar* (*Spy Kids* 3-D) kadar da iş yapacak bir şeyi nasıl bulacağız? Aslında bir yolu var. Ama deneyebilmeniz için sizden cesurca bir şey yapmanızı bekliyorum: Şimdilik senaryonuzla ilgili her şeyi, hayal gücünüzden fışkıran "cool" sahneleri, *soundtrack*'i ve filminizde oynamak isteyeceğin-

den EMİN OLDUĞUNUZ yıldızları unutmanız. Hepsini unutun gitsin.

Sadece bir cümle yazmaya odaklanın. Bir cümle.

Çünkü "Neymiş?" soruma daha iyi, daha hızlı ve daha yaratıcı bir biçimde cevap vermeyi öğrenirseniz ilgimi canlı tutabilirsiniz. Hem senaryonuzu yazmaya başlamadan önce bunu başarabilirseniz daha iyi bir hikâyeniz de olur.

Başımızın Belası Logline

Birçok senaryo yazarıyla konuşuyorum. Amatörler de uzmanlar da senaryo sunumları yaptı bana. Filmlerinin hikâyelerini çabucak anlatmaya kaptırıp gittiklerinde onlara sorduğum soru hep aynı oldu: "Filmin cümlesi ne?" Tuhaf bir biçimde bu soru çoğu zaman senaristlerin yazarken düşüneceği son şey oluyor. İnanın bana, ben de aynısını yaptım. Sahnelerinize o kadar kendinizi kaptırmış, *Odysseia*'daki (*The Odyssey*) o sembolik motifi senaryonuza yedirebildiğiniz için o kadar kendinizden geçmiş, her şeyi o kadar detaylı planlamış oluyorsunuz ki çok basit bir şeyi unutuyorsunuz: Filmin neyle ilgili olduğunu bana anlatamıyorsunuz. 10 dakikadan kısa bir sürede hikâyenin özüne gelemiyorsunuz.

Yandın evladım!

Ben de şahsen dinlemeyi reddediyorum.

Çünkü senaristin senaryosunu enine boyuna düşünmediğini biliyorum. Gerçekten de öyle oluyor. Çünkü iyi bir senaryo yazarı, özellikle de bağımsız bir senaryo yazarı, menajerinden yapımcısına, stüdyo yöneticisinden halka kadar herkesi her şeyiyle düşünmek zorunda. Hikâyenizin "havasını vermek" için senaryonuz okunurken orada olamayacaksınız. O zaman, tanımadığınız insanları nasıl heyecanlandıracaksınız? Üstelik *onları* heyecanlandırmak yapmanız gereken ilk iş. O yüzden yazarlar senaryolarının ilk sahnesinin tepesindeki "GÖRÜNTÜ AÇILIR" aşamasından başlarsa sözlerini keserim. Çünkü benim dışımda herkesin de aynı şeyi yapacağını biliyorum. Arkadaşım, bana senaryonu tek bir kısa cüm-

leyle anlatamıyor musun? O zaman benim de acil bir işim çıkar. Henüz filmi nasıl satacağını bulmadıysan, sunumun beni yakalamadıysa, hikâyeyi anlatıp zahmet etme.

Hollywood jargonunda buna logline veya filmin cümlesi deniyor. İyi *logline*'la kötü *logline* arasındaki fark da basit. Bizim dergilerde satılmış bir senaryonun ya da sunumun *logline*'ını okuduğumda ilk tepkim, "Bu neden *benim* aklıma gelmedi?" oluyorsa, demek ki iyi bir *logline* var karşımda. Şimdi yakın zamanda satılanlardan beni kıskandıran rastgele birkaç tanesini (internetteki kaynağım: www.hollywoodlitsales.com)[3] seçeceğim. Hepsi benim janrım; aile komedisi türünde. Fakat onlardan öğreneceklerimiz komediyi, dramı, neyse işte, hepsini aşıyor. Her biri bağımsız yazarlar tarafından yazıldı; çok büyük ve dolgun altı, yedi haneli fiyatlara satıldı:

Yeni evlenmiş bir çift, Noel'i boşanmış anne babalarının evlerinde geçirmek zorunda kalırlar: *Zoraki Tatil* (*Four Christmases*)

Yeni işe başlamış bir çalışan, şirketin düzenlediği hafta sonu tatiline gider ve çok geçmeden onu öldürmeye çalışan biri olduğunu fark eder: *İnziva* (*The Retreat*)

Risk almaktan kaçınan bir öğretmen hayalindeki kızla evlenme planları yapar ama önce kızın aşırı korumacı polis abisine, yani gelecekteki kayınbiraderine, başına bela olacak bir gezintide eşlik etmek zorundadır: *Zor Biraderler* (*Ride Along*) (Lütfen unutmayın: "başa bela" her şey her zaman bir komedi artısıdır.)

İster inanın ister inanmayın, bu *logline*'ların hepsinin ortak yönleri var. "Neymiş?" sorusuna cevap vermelerinin yanı sıra her birinde satılmalarını sağlayan dört unsur bulunuyor.

Peki bu dört unsur ne?

E, bir inceleyelim... başımızın belası *logline*!

[3] Snyder'ın kullandığı web sitesi ne yazık ki artık çalışmıyor. Ancak artık herhangi bir arama motoruna *logline* yazdığınızda çok sayıda örneğe çeşitli kaynaklardan ulaşabiliyorsunuz. (ç.n.)

İronik Değil mi?

İyi bir *logline*'da mutlaka olması gereken bir numaralı ve en önemli unsur ironidir. Bunu bana bir gün yakın arkadaşım ve eski ortağım yazar Colby Carr –çok komiktir, çok da hızlı yazar– söylemişti ve yüzde 100 haklıydı. Ayrıca ister komedi ister dram olsun her film için geçerli.

Bir polis Los Angeles'a ayrı yaşadığı karısını ziyaret etmeye gelir, bu sırada kadının ofis binası ise teröristler tarafından ele geçirilmektedir: *Zor Ölüm*

Hafta sonu kendisine eşlik etsin diye bir fahişe tutan işadamı bu kadına âşık olur: *Özel Bir Kadın* (*Pretty Woman*)

Size nasıl geliyor bilemem ama bence biri dramdan biri romantik komediden alınmış bu iki *logline* da buram buram ironi kokuyor. İroni de hep dikkat çeker. *Logline*'la boğuşanlar olarak ironiye olta diyoruz. Çünkü yaptığı şey tam da bu; dikkatinizi çekip size *olta atıyor*.

Yukarıda sözünü ettiğim satılan senaryolarda ilginç olan şey onların da her birinde bu ironik üslubun bulunması. Güya aile saadetiyle geçecek tatil, *Zoraki Tatil* örneğinde bambaşka ve alaycı bir şeye dönüşür. Tıpkı *İnziva*'da olduğu gibi. İşe yeni alınmış biri şirkette hoş karşılanmayı bekler. Onun yerine şirketçe bir hafta sonu inzivaya çekilmeleri, o sırada da hayati bir tehlikeyle yüz yüze gelmesinden daha beklenmedik (bu da ironik demenin başka bir yolu) bir şey olabilir mi? Colby, iyi bir *logline*'ın kendini *zorla* kaşıtan bir yara gibi duygularımızı cezbetmesi gerektiğini saptamıştı.

Logline tıpkı bir kitap kapağı gibi. İyisi hemen size kitabı açtırır ve içindekileri keşfetmek istersiniz. Hikâyenizdeki ironik öğeleri tespit etmeye ve *logline*'ınıza yedirmeye çalışırken ironik herhangi bir öğenizin olmadığını da fark edebilirsiniz. Eğer yoksa, belki de tek sorun *logline*'ınız değildir – belki hikâyenizde de bir bozukluk vardır. Belki de şimdi geri dönüp hikâyenizi tekrar düşünmeniz gerekiyordur. *Logline*'ınızda mutlaka ironi olsun diye inat et-

meniz, eksik olanı bulmanızın da iyi bir yolu. Belki de henüz iyi bir filminiz yoktur.

Zihinlerde Güçlü Bir İmaj Yaratmak

İkinci en önemli unsur ise şu: İyi bir *logline*'da bütün bir filmi görebilmelisiniz. Proust'un *madeleine*'i[4] gibi, iyi bir *logline*'ı da bir kez duydunuz mu, zihninizde canlanır. Filmi görmüş gibi olursunuz ya da en azından potansiyelini anlarsınız, zihninizde yarattığı imaj da gösterdiğinden fazlasını vaat eder. Benim kişisel favorilerimden biri David Permut'un *Randevu* (*Blind Date*) filmi için yaptığı sunumdan: "O mükemmel bir kadın – ta ki bir kadeh içene kadar." Sizi bilmem ama benim gözümde canlanıyor. Güzel bir kız; kötü geçmiş bir buluşma ve kızın gününü kurtarmaya kararlı bir erkek... Çünkü onun için doğru kadın o! Filmin cümlesinde olup biten çok şey var, gerçek filmdekinden çok daha fazlası *logline*'da oluyor ama bu tamamen başka bir konu. Esas nokta, iyi bir *logline*'ın sizi içine çekmekle kalmayıp, daha fazlasını da vaat etmesi gerektiği.

Yukarıdaki yeni senaryo satışları örneklerinde, bir filmin nasıl başlayıp nasıl bittiğini bile görüyoruz, değil mi? *Zor Biraderler*'in bir cümleden fazlasını okumamış olmama rağmen, *Geç Saatler* (*After Hours*) gibi onun da tek günde geçeceğini düşünüyorum. Bu, aslında o örneklerin hepsi için geçerli. Üç *logline* da hikâyelerin geçtiği zaman aralığını bir şekilde sınırlandırıyor: Noel günü; şirket çalışanlarının hafta sonu inzivası ya da *Zor Biraderler*'de olduğu gibi, tek bir gece.

Ayrıca *Zor Biraderler* örneğinin bariz bir komik çatışması var: İki zıt kutup ortak bir amaç için bir araya geliyor. Çatışma için önce naif ve ödlek bir öğretmen alınır, sonra da bu öğretmen polis kayınbiraderinin suçun kol gezdiği dünyasına fırlatılır. "Sudan çıkmış balık" hikâyeleri bu yüzden bu kadar popüler: Bir cins insanı

[4] Marcel Proust'un "Kayıp Zamanın İzinde" serisinin ilk romanı *Swann'ların Tarafı*'nda, anlatıcının yediği kurabiyelere verilen ad. Kitaptaki pasaj o kadar ünlüdür ki, *madeleine* kurabiyesi dendiğinde akla Proust gelir. (ç.n.)

bildiği dünyadan bambaşka bir yerin içine soktuğunuzda havada patlayan havai fişekler görür gibi olacaksınız. Hikâyeyi kuran o tek bir cümlede bütün bir hikâye, türlü ihtimallerle yeşerir.

Sizin *logline*'ınızda da bunlar var mı? Komedi ya da dramınızın cümlesi bana filminizin nereye varacağını düşündürüp hayal gücümü coşturuyor mu? Hayırsa, demek ki henüz *logline*'ınız yok. Bir kez daha söyleyeyim: *Eğer logline'ınız yoksa, belki de tüm filminizi yeniden düşünmeniz gerekiyordur.*

Seyirci ve Bütçe

İyi bir *logline*'ın stüdyolardaki alıcıları etkilemede önemli bir başka özelliği de filmin hedef kitlesinin kim, bütçesinin ne kadar olacağını da içinde barındırmasıdır.

Örnek olarak *Zoraki Tatil*'i ele alalım. Eminim *Zor Baba* (*Meet the Parents*) ve devam filmi *Zor Baba ve Dünür*'ün (*Meet the Fockers*) yakaladığı seyircinin peşindeler. İkisi de ulaşabilecekleri en geniş seyirciyi çekmeye çalışan orta bütçeli, dört dörtlük filmler. *Zoraki Tatil*'in sunumundaki öğelerden, yazarların da bunun için uğraştığını düşünüyorum. Çekirdek kitleyi –yani gençleri– filme çekmek için 20'li yaşlarında iki yıldız bulacaklar; sonra da ses getirsin diye ufak anne baba rollerinde daha yaşlı seyircilerin sevdiği oyuncuları oynatacaklar. Jack, Robin ya da Dustin olur mu acaba? E, olur tabii! Baksanıza De Niro, *Zor Baba*'da ne kadar iyiydi!

Ayrıca *logline*'dan filmin pahalı olmadığını da anlıyorum. Elbette bir iki araba takip sahnesi, bir de tutuşan bir Noel ağacı olacaktır –öyle tahmin ediyorum– ama film esasında bir blok komedisi – adı bu, çünküüüüü... sadece bir sokakta, binaların arasında veya yakın yerlerde geçiyor. Oyuncuların ve ekiplerin seyahat etmesini gerektirecek sadece birkaç mekân değişikliği var. Ucuz. Genel seyircinin, orta bütçeli (oyunculara da bağlı gerçi) bir Noel klasiğinin peşinde olan bir yönetici olsam, böyle bir film tüm ihtiyaçlarımı mükemmel bir şekilde karşılardı. İzleyicimin kim, bütçemin ne olduğunu da neyle uğraştığımı da bilirdim.

Gönderin gelsin!

Bakın, biri belli ki yazıp göndermiş bile.

Uyduruk bir film cümlesinden çok şey mi bekliyoruz sizce? Ama işte hepsi o bir cümlede var.

Sizin *logline*'ınızda da böyle bilgiler yer alıyor mu?

Çekici Bir Ad

Son olarak, iyi bir *logline*'ın ilginç taraflarından biri de filmin adını da içermesidir. Film adı ve *logline* bir araya geldiğinde, her defasında beni nakavt etmeyi başaran sağlı sollu kroşeler gibi iyi bir kombo oluştururlar. İyi bir *logline*'daki ironi gibi, iyi bir film adında da ironi olmalı ve hikâyeyi anlatmalıdır. İyi film adlarından yakın zamandan aklıma gelen, beni hâlâ hayrete düşüren bir tanesi *Bu Nasıl Sarışın*[5]. *Legally Blonde* dışında filme konulmuş olabilecek tüm kötü isimleri düşünüyorum da... *Harvard'lı Barbie, Bildiğin Hukuk Fakültesi, Geldi Yine Sersem*... Filmin konseptini on ikiden vuran ama kör kör parmağım gözüne de olmayan bir ad bulabilmek başlı başına bir sanat. *Legally Blonde* adını da kıskanıyorum. Bu da iyiye işaret!

Sırf bende neyin işe yaramadığına dair bir fikir vermesi için kötü film adlarından favorimin de *Aşk mı Para mı?* (*For Love or Money*) olduğunu belirteyim. Bu zamana kadar bu isimde, benim bildiğim dört tane film çekildi, birinde de Michael J. Fox oynuyordu ama size hiçbirinin olay örgüsünü anlatamam. Herhalde çekilmiş tüm filmlere *For Love or Money* adını koyabilirsiniz ve –teknik olarak– yanlış da olmaz. *For Love or Money* fazla genel bir film adının ne kadar heyecansız olabileceğini, seyirciyi filme vereceği 10 doları vermekten vazgeçireceğini gösteriyor.

Bununla birlikte, iyi bir film adının temel bileşenlerinden biri de hikâyenin başlığı olması. Örnek olarak yine *Four Christmases*'ı ve-

[5] Snyder, elbette içindeki hukuk vurgusu nedeniyle filmin orijinal adı *Legally Blonde*'u övüyor. Türkiye'deki gösterim adı *Bu Nasıl Sarışın?* daha çok Snyder'ın vereceği "kötü isim"lerin bir örneği gibi. (ç.n.)

receğim. Dünyanın en iyi filmi olmasa da hiç fena değil. Ama iyi bir film adının mutlaka yapması gereken bir şey var, onu yapıyor. Şimdi altını çizeceğim çünkü bunu iyi anlamanız çok önemli:

Filmi anlatıyor!

4 *Noel* yerine daha belirsiz bir şey de diyebilirlerdi, *Yuletide*[6] nasıl mesela? O da "Noel"i anlatmıyor mu sonuçta? Ama söz konusu Noel filminin ne hakkında olduğunu kesin bir biçimde belirtmiyor. Filmin ne olduğunu; filmin tek bir Noel gününde, dört farklı aile grubuyla dört farklı Noel geçirmek zorunda kalan bir çiftle ilgili olduğunu anlatmıyor. "Film Neyse Onu Anlatsın Testi"ni geçmiyorsa, filminizin bir adı yok demektir. Harika bir *logline*'ın şartı olan sağ ve sol kroşeleriniz de...

Çoğu zaman önce filmin adını bulup hikâyeyi sonra ona uydurduğumu kabul edeyim. *Nuclear Family*[7] başlıklı senaryoyu böyle tasarladım, ortak bir yazarla birlikte yazıp sonra da sattık. Başta elimde sadece filmin adı vardı, sonradan aklıma ironik bir numara geldi. "Baba, anne ve çocuklar"ı tarif eden "çekirdek" (*nuclear*) aile terimindeki "çekirdek" yerine, nükleeri niye "radyoaktif" anlamında kullanmayayım dedim. *Logline* da şöyle oldu: "Sorunlu bir aile nükleer atık alanında kamp yapmaya giderler ve ertesi sabah birtakım süper güçlerle uyanırlar." Kıvrak zekâlı, yüksek sosyete üyesi ortak yazar arkadaşım Jim Haggin'in yardımıyla hikâyeyi ayrıntılandırdık ve bir "teklif savaşı"nda senaryoyu Steven Spielberg'e 1 milyon dolara sattık. Filmimizin adı da *logline*'ımız da yukarıdaki kriterlerin hepsini karşılıyordu: İroni vardı, çok şey vaat ediyordu, seyircisi ve bütçe ("dört dörtlük" olması, yıldız oyuncu değil özel efekt gerektirmesi) belliydi ve tam manasıyla filmin ne hakkında olduğunu anlatıyordu.

Noel Yortusu. (ç.n.)

Blake Snyder'ın bulduğu bu isimde bir kelime oyunu var. *Nuclear family* hem "çekirdek aile" anlamına geliyor hem de bu bağlamda "nükleer aile". (ç.n.)

Hâlâ "çekilse de izlesem" dediğim bir filmdir. Sesimi duyan var mı bilmiyorum ama...

Siz ve Sizin "Neymiş?" Sorunuz

Tüm iyi senaryo yazarları katır gibi inatçıdır.

Buyurun, söyledim işte.

Ama *iyi* manada diyorum! Çünkü eğer bir senaryo yazarının ara sıra tutan küstahlığını anlayacak biri varsa, o da *bendenizim* efendim. Senaryo yazarı olmak demek insanın nefesini kesen bir megalomani ve çok derin bir güvensizlik arasında hiç bitmeyen bir çekişmeyle uğraşmak ve sırf yüksek sesle "ben bir yazarım" diyebilmek için yıllarca terapiye gitmek demek. Birlikte takılmaktan hoşlandığım bağımsız senaryo yazarları için durum özellikle böyle. Önce film için fikirler buluyoruz, sonra "yaratmaya" başlıyoruz, filmi o kadar net bir şekilde GÖRÜYORUZ ki, o lanet şeyi yazmaya başladığımızda artık geri dönmek için çok geç oluyor. Kim ne derse desin katırlığımızdan vazgeçmeyip yolumuza devam ediyoruz. Ama şimdilik tüm bunlara bir "çüş" demenizi tavsiye ediyorum. Senaryonuzun ilk sahnesinin başına "GÖRÜNTÜ AÇILIR:" yazmadan önce *logline*, filmin adı ve afişi üstüne uzun uzun düşünüp kafa yormanızı öneriyorum.

Hatta bir de pazarlama denemesi yapmanızı.

O da ne diye mi sordunuz?

Pazarlama Denemesi Örneği

İlgi çekici bir *logline* ve film adı buluncaya kadar senaryonuzu yazmayı ertelemeniz gerekebilir dedim. Sancılı olduğunu biliyorum. Ama acısını bu aşamada çıkaracaksınız. Bir senaryo yazarıyla *online* olarak çalışıyordum. *Logline*'ı yoktu. İyi bir fikri vardı –ya da en azından iyi bir fikrin başlangıcı diyelim– ama *logline*'ı belirsizdi, benim de ilgimi çekmedi. Onu herkesin çok korktuğu **Birinci Sayfa**'ya (neredeyse baştan sona yeniden bir taslak yazmaya) döndürdüm. Dırdır etti, mızmızlandı ama yaptı.

Hikâyesini, capcanlı sahnelerini, senaryoda tekrar eden motiflerin hepsini atıp *logline*'lar yazmaya başladı – insanın ruhunu emen berbat bir angarya. Kendi hikâyesine uyan ama kriterleri de karşılayan *logline*'lar bulmaya çalıştı. Bir sürü başarısız denemeden sonra, ironinin olabilmesi, seyirci ve bütçeyi de içermesi, filmin vaat ettiklerinin açıkça anlaşılması ve çekici bir adının olabilmesi için filminin *logline*'ını bunları baştan düşünerek değiştirmesi gerektiğini keşfetti. Hikâyesinin ne olduğuna dairyerleşmiş fikirlerini sonunda bir kenara atınca *voila*! *Logline*'ı değişti.

Çok geçmeden filmini sunduğu kişilerden daha iyi tepkiler almaya başladı ve *voila*!#2 – hikâyesi *logline*'a uygun bir biçimde değişmeye başladı ve *voila*!#3 – hikâye daha da iyi oldu! Önceden elinde olan hikâyedeki *ironimsi* şey artık daha netti. Hikâye kısa ve öz bir *logline* biçiminde yazılınca, çatışmaların netliği de keskinleşmişti. Başka türlüsü de olamazdı! Çünkü diğer türlü *logline* işlemezdi. Karakterler daha açık seçik, hikâye daha iyi tanımlanmış hale gelmiş; *logline* da böylece sonunda esas yazma işini kolaylaştırmıştı.

Bu senaryo yazarının keşfettiği şeyin en iyi tarafı, işe dahil olan herkesi tonla paradan ve dertten kurtarmış olması. Post-prodüksiyon aşamasına geldiğinizde böyle *logline* değişiklikleri yaptığınızı hayal edebiliyor musunuz? O zaman iş işten geçmiş olacak. Daha kimsenin cebinden bir kuruş bile çıkmamışken sadece bir kâğıt kalem ve aklını kullanarak herkesin işini onlar yerine yapıp bitirdi. Sırf elinde gazeteyle arkadaşlarına filmi "satmaya" çalışan adamın işini kolaylaştırmakla da kalmadı, sinemaya gittiklerinde onlara daha iyi bir hikâye de verdi. Bütün amacı projesinin daha iyi bir "neymiş?"inin olmasıydı.

Logline'ınızı sürüş testine çıkarmanızın bir diğer iyi tarafı da sonunda karda, kışta, her koşulda hikâyenizi sunma ve satış deneyimi edinmeniz. Kıpırdamadan sabit durdukları sürece herkese film sunumu yapabilirim. Starbucks'ta sıradayken. Arkadaşlarımla, tanımadıklarımla birlikteyken. İş, üstünde çalıştığım şeyi tartışmaya gelince her zaman ne var ne yoksa anlatırım çünkü:

a. Kimsenin fikrimi çalacağından korkmuyorum (bundan korkan da amatördür) ve...
b. İnsanlara senaryonuzu okutmak yerine, onlarla teke tek konuştuğunuzda filminizle ilgili daha çok şey keşfedersiniz.

"Pazarlama denemesi" derken bunu kastediyorum.

Bir stüdyoya sunum yapmaya gideceksem, yeni bir film fikri üstüne çalışıyorsam ya da dört beş fikirden hangisinin daha iyi olduğuna karar veremiyorsam, bizim işin içinde olmayan "sivil"lerle konuşurum. Onlarla konuşurum, konuşurken de gözlerinin içine bakarım. Dağıldıklarında, bakışlarını çevirdiklerinde onları elimden kaçırdım demektir. Ve sunuş şeklimde, satışımda bir sorun olduğunu anlarım. O yüzden filmimi sunacağım bir sonraki kurbanıma yaklaşmadan önce ilk sefer gözümden kaçan, sunumu yavaşlatan noktaları ya da kafa karıştıran unsurları mutlaka düzeltmiş olurum. Her şeyden önemlisi, bunları yapmak çok eğlenceli.

Tipik bir senaryo şöyle bir şeydir:

İÇ / GÜN / COFFEE BEAN & TEA LEAF – SUNSET PLAZA

Star olmak isteyen genç oyuncular, hafta sonu gezintisine çıkmış Hell's Angels üyeleri, double mocha frappelerini içen züppe Avrupalılar... Blake Snyder, kalabalığı süzer. Onu dövmeyeceğinden emin olduğu birine yaklaşır.

BLAKE SNYDER

Pardon, bana bir konuda yardım edebilir misiniz?

YABANCI

(şüpheli)

Neymiş? On dakikaya pilates dersim var.

BLAKE SNYDER

Şahane, en fazla bir dakika sürer. Bir film fikri üstünde çalışıyorum. Sizin ne düşüneceğinizi merak ettim.

YABANCI

(güler, saatine bakar)

Peki...

Benim için bu mükemmel bir giriş. Aynısını her yaş grubunda, her durumda, Güney California'nın her yerinde –ama özellikle de çalıştığım filmin hedef kitlesi üstünde– tekrarladım.

Bu tarz bir pazarlama denemesi sırf insanlarla tanışmanın iyi bir yolu değil, elinizdeki şeyin ne olduğunu anlamanızın da tek yolu. Ayrıca gitmesi gereken yerden başka bir şey düşünemeyen bir dinleyici de mükemmel bir denek. Eğer öyle bir dinleyicinin *bile* ilgisini çekebilirseniz, ilgisini kendinizde *tutabilirseniz*, anlattığınız hikâyeyle ilgili daha çok şey öğrenmek isterse, film fikriniz gerçekten iyi demektir.

Ayrıca bilgisayarınızın başından kalkıp dışarı çıkmanız, insanlarla konuşmanız, sizin için o çok anlamlı olan, bütün bir senaryoyu üstüne şekillendirdiğiniz 1972 yaz kampında başınıza gelen gerçek olayların bir yabancıya hiçbir şey ifade etmediğini de gösterecek. Yabancı birinin ilgisini çekmek ve kaybetmemek için "Neymiş?"e ona da bir anlam ifade edecek, merak uyandıran bir cevap vermenin bir yolunu bulmak zorundasınız. Yoksa boşuna zaman harcarsınız. Filme bilet alanlar arasında arkadaşlarınızdan çok tanımadığınız insanlar olacak. Hayatınızın arkadaş cephesinde sizi kim cesaretlendirirse cesaretlendirsin, asıl etkilemeniz gerekenler yabancılar.

Elinizde olan şeyin ne olduğunu anlamanın, dışarı çıkıp sahiden sormaktan daha iyi bir yolu var mı?

"Yüksek Konsept"in Ölümü

Yukarıda bahsedilen her şey Hollywood'da birçok insanın nefret ettiği bir terim etrafında dönüyor: Yüksek konsept. Yüksek konsept terimini o zamanın genç guruları Jeffrey Katzenberg ve Michael Eisner, Disney'i yönettikleri altın çağlarında meşhur ettiler. Yüksek konsept onlar için tam da şimdiye kadar burada tartıştığımız şeyi ifade ediyordu – filmi daha kolay anlaşılır hale getirmek. Uzunca bir zaman başarılı yüksek konsept filmler ürettiler. O filmlerin *one-sheet*'ine (afiş de denir) bakmanız yeterli olurdu. *Zalimler*

(*Ruthless People*), *Kötü Kader* (*Outrageous Fortune*), *Beverly Hills'te Beş Parasız* (*Down and Out in Beverly Hills*) gibi filmlerin "Neymiş?" sorusunun cevabını bilirdiniz. Moda olan tüm terimler gibi projelere yüksek konsept demek de artık eskidi. Yüksek konseptin ölümü defalarca ilan edildi. Ama bu kitap boyunca tartışacağım çoğu şeyde olduğu gibi neyin moda olduğundan çok neyin işlediğiyle, sağduyuya hitap eden şeyle ilgileniyorum.

Bence "yüksek konsept"i de, "neymiş?"i de düşünmek, yol yordam bilmek ve temel nezaket kurallarına uygun davranmak anlamına geliyor. Kendinizi müşterinin, yani filminizi izlemek için otopark ve bakıcı parası da dahil olmak üzere iyi bir para ödeyen seyircinin yerine koymanızın bir yolu. Kendinizi kandırmayın da ama... Ne kadar muhteşem olurlarsa olsunlar, yüksek konsepti Michael Eisner'la Jeffrey Katzenberg öngörüleriyle icat etmediler, o başından beri zaten hep vardı.

1940'lı yıllarda hit olmuş Preston Sturges filmlerini düşünün: *Temmuzda Noel* (*Christmas in July*), *Yaşasın Kahramanlar* (*Hail the Conquering Hero*), *Lady Eve*, hatta *Sullivan'ın Gezileri* (*Sullivan's Travel*). Hepsi *logline*'ları ve afişleriyle insanları sinemalara sürüklemiş yüksek konsept filmler.

Alfred Hitchcock'un yaptığı her gerilim filmini düşünün: *Arka Pencere* (*Rear Window*), *Gizli Teşkilat* (*North by Northwest*), *Vertigo* ve *Sapık* (*Psycho*).

Bu filmlerin sadece adlarını bile ansak hepsinin sunumu, afişleri gerçek fanlarının aklında canlanıverir. Şu adlara bir baksanıza. Hepsi, istisnasız, filmin ne olduğunu anlatıyor; bunu da öyle bir yapıyor ki ne aptalca ne de kör kör parmağım gözüne oluyor (yani, *Sapık*'ta bir dandiklik ihtimali var ama onu da görmezden gelelim dedik – sonuçta Hitchcock'tan bahsediyoruz).

Biri yüksek konsept bir film için bulduğunuz fikirle ilgili sizinle tartışırsa, gülümseyip geçin. Bilin ki potansiyel seyircinin –kim olduğu ya da bu zincirdeki pozisyonunun bir önemi yok– "Neymiş?" sorusuna daha anlaşılır, daha yaratıcı bir cevap arama-

nın modası hiç geçmeyecek.

Bu Nasıl Sarışın'dan (*Legally Blonde*) daha iyi bir film adı bulmak yazarların, yönetmenlerin değil satışçıların olayı diyenlere meydan okuyorum. Bir sonraki bölümde de göreceğimiz gibi, kendimizi seyircinin yerine koymamızı sağlayacak yollar arayışımızın daha başındayız.

Hepimizin bu yolları daha sık araması gerekiyor.

Özet

Ee, beyniniz yanmaya başladı mı? Başınızın ağrısı iyice arttı mı? Bunu ister önceden biliyor ister şimdi öğrenmiş olun; "Neymiş?" sorusu bizim işe başlayabileceğimiz tek yer. Senaryo yazarının işinin bir parçası da –hele de bağımsız bir yazarsa ve senaryosu ısmarlanmamışsa– hangi filmin yapılacağına karar veren menajerden yapımcıya, yapımcıdan stüdyo yöneticisine kadar herkesi baştan sona hesaba katmak. O iş de şu soruyla başlıyor: "Neymiş?"

Bir film "Neymiş?" sorusuna iyi bir cevap verebilmeli; ne anlattığı, hangi seyirciyi hedeflediği de açık ve anlaşılır olmalı. Tonu, potansiyeli, karakterlerinin ikilemleri, nasıl karakterler oldukları kolay anlaşılmalı ve merak uyandırmalı.

"Neymiş?"e verilecek daha iyi bir cevabın yolu, senaryo yazarının bize vereceği iyi bir film cümlesinden veya bize her şeyi anlatacak, dinleyeni yakalayan bir iki cümlelik iyi bir *logline*'dan geçiyor. Bunların etkili olabilmesi için de içermesi gereken dört unsur var:

1. İroni. O veya bu biçimde ironik olmalı ve insanın duygularını cezbetmeli – kaşımak *zorunda olduğunuz* bir yara gibi.
2. Zihinde güçlü bir imaj yaratması. Duyduğunuzda zihninizde canlanması gerek. Çoğunlukla filmin geçtiği zaman aralığını da içerecek şekilde bütün filmi kapsaması gerekiyor.
3. Seyirci ve bütçe. Filmin tonunu ve hedef kitlesini belirlemeli ve bütçesinin sınırlarını çizmeli. Böylece senaryoyu

satın alacak olanlar filmin kâr edip etmeyeceğini anlayabilir.

4. Çekici bir ad. İyi bir *logline*'da "filmi anlatan", bunu da zekice yapan müthiş bir film adı da yer almalı ki birlikte sağ ve sol kroşe olabilsinler.

Bunların hepsi aklımızda kolay canlanan filmleri tarif etmek için ortaya çıkan "yüksek konsept" teriminin parçaları. Filmler artık uluslararası çapta da satılmak zorunda olduğu için yüksek konsept aslında şimdi hiç olmadığı kadar önemli. Bir filmin kendi ülkesinde yaptığı gişe eskiden toplam kârının yüzde 60'ına denk düşerdi. Şimdi bu oran yüzde 40'a inmiş durumda. Bu da demek oluyor ki, filmler gezmeli ve *her yerde* anlaşılmalı; artık pazarınızın yarısından fazlası ABD dışında. O yüzden yüksek konsept moda bir terim olmasa da tüm Hollywood'un aktif olarak aradığı film türü. Tek yapmanız gereken yüksek konsept fikirler ortaya koymanın daha hızlı, daha şık bir yolunu bulmak.

Nihayetinde tüm bunlar seyircinin ilgisini çekmek için. O yüzden fikrinizi deneme sürüşüne çıkarmanın iyi bir yolu da bilgisayarınızın başından kalkmak ve insanlara sunum yapmak. Sizi dinleyen herhangi birine filminizi sunup "satmaya" çalışın. Sonra da ona göre düzenlemeler yapın. Boş boş bakan bir yabancının size ne kadar değerli şeyler öğretebileceğini hiç bilemezsiniz.

Alıştırmalar

1. Gazete alın ve o haftanın film seçkisindeki filmleri bir arkadaşınıza "satmaya" çalışın. Filmin *logline*'ını veya afişini geliştirme yolları düşünebiliyor musunuz?
2. Eğer zaten bir senaryo üzerine çalışıyorsanız veya klasörde duran birkaç senaryonuz varsa, hepsi için *logline* yazıp bir yabancıya anlatın. Bu sunumları yaptıkça *logline*'larınız değişiyor mu? Aklınıza senaryonuzda denemenin iyi olacağını düşündüğünüz şeyler getiriyor mu? Hikâyenin yaptığınız sunuma uyabilmesi için değişmesi gerekiyor mu?

3. Bir TV rehberi kapıp film bölümündeki filmlerin *logline*'larını okuyun. *Logline* ve filmin adı filmin neyle ilgili olduğunu anlatıyor mu? Ne anlattığı belli olmayan bir *logline* okuyunca filmin başarısız olduğu izlenimine kapılıyor musunuz? Edindiğiniz o izlenimde "Neymiş?" sorusuna verilen iyi bir cevabın eksikliğinin etkisi oldu mu?
4. Eğer henüz bir senaryo fikriniz yoksa, film fikri bulma becerilerinizi harekete geçirmek için şu beş oyunu deneyin:

a. OYUN #1a: Komik _____
Bir dram, gerilim ya da korku filmi seçip komediye dönüştürün. Örnek: *Komik Katil Otomobil (Christine)*: Genç bir oğlanın hayalindeki araba hayaletli bir arabadır ve çocuğun hayatını mahveder. Aynı araba flört tavsiyeleri vermeye başlayınca komedi olur.

b. OYUN #1b: Ciddi _____
Aynı şekilde bir komedi seçip, seçtiğiniz komedi filmini drama dönüştürün. Ciddi *Çılgınlar Okulu (Animal House)*: Küçük bir üniversitenin aldatma skandalıyla ilgili bir drama, *Birkaç İyi Adam*vari (*A Few Good Men*) bir hesaplaşmayla sona erer.

c. OYUN #2: Sudan çıkmış FBI
Bu hem komediye hem de drama uygun. Şimdiye kadar filmlerde FBI ajanlarının hiç gönderilmediği beş yer adı seçin. Örnek: "Dur Yoksa Yağlarım!": Sersem bir FBI ajanı gizli bir görev için Provence Aşçılık Okulu'na yollanır.

d. OYUN #3: _____ Okulu
Hem dram hem de komediye uygun. Beş tane alışılmadık tipte okul, kamp ya da sınıf örneği seçin. Örnek: "Karılık Okulu": Zengin kocaları tarafından okula yollanan kadınlar çok geçmeden ayaklanırlar.

e. OYUN #4: KARŞI KARŞIYA!!!
Dram ya da komedi. Acilen çözülmesi gereken bir konunun karşı taraflarında yer alan çiftler seçin. Örnek: Ufak bir kasabaya açılan masaj salonu kasabalıları ikiye ayırınca bir fahişeyle vaiz birbirlerine âşık olurlar.

f. OYUN #5: Benim _____ Bir Seri Katil
Dram ya da komedi. Paranoyak birine katil olduğundan şüphelendiği tuhaf bir insan, hayvan ya da bir şey verin. Örnek: "Benim Patronum Bir Seri Katil". Şirkette ne zaman bir ceset belirse Guy terfi alıyor – patronunun katili o mu?

Bir de eğer gerçekten iyi bir aile komedisi *logline*'ı bulursanız, e-posta adresim: bsnyder264@aol.com. "Bende var bir tane" diyorsanız duymayı çok isterim...[8]

[8] Blake Snyder, 2009 yılında hayatını kaybetti. Dolayısıyla bu e-posta adresi artık işlemiyor. Fakat 2009'dan bu yana (sektörün tüm yetersizliklerine rağmen ülkemizde bile) senaryo doktorluğu alanı çok gelişti. Senaryolarınızı okutmak ve fikir almak isterseniz güvendiğiniz bir senaryo doktoruyla iletişime geçebilirsiniz. (ç.n.)

İkinci Bölüm
Aynısından Ver Bana... Ama Farklı Olsun!



Senaryo yazarının günlük açmazı klişelerden nasıl uzak duracağıdır.

Klişeye yaklaşabilirsiniz, etrafında dolanabilirsiniz, üstüne koşturabilirsiniz ve *neredeyse* kucaklayabilirsiniz.

Ama son saniyede dönüp gitmeniz gerek.

O klişeyi eğip bükmeniz gerek.

O eğip bükmelerde ısrar etmek, "Boş ver ya, kim fark edecek" diyen iç sesinize karşı koymak, iyi hikâye anlatıcılarının çok uzun zamandır verdikleri evrensel bir mücadele.

Bu kuralı bana –Sam Goldwyn'in yaptığı gibi– bir geliştirme toplantısında pat diye söyleyiveren stüdyo yöneticisinden alıntılıyorum: "Aynısından ver bana... ama farklı olsun!"

Onun o küçük sivri kafası çok yaşasın.

Yaratımın her aşamasına –fikir, karakterlerin konuşma biçimleri, sahnelerin kendisi– her gün yeni bir anlam kazandırırız. Ama klişelerden nasıl uzak duracağınızı, hangi geleneği geliştirdiğinizi bilmek için önce o geleneğin ne olduğunu bilmeniz gerek. Yüzlerce filmi, özellikle de kendi filminize benzeyenleri, tam teşekküllü bir biçimde öğrenmeniz şart.

Sinemada bir kariyer peşinde olanlardan beklenmeyecek bir şey ama işe yeni başlayanlar arasında kendi janrından bile film referansları olmayan bu kadar çok yazar olduğunu fark ettiğimde şo-

ke –*evet şoke!*– oldum.

Siz bana inanın, bütün büyük yazarların var.

Spielberg ya da Scorcese'yi filmlerden bahsederken dinleyin. Filmleri bilirler, yüzlercesine de gönderme yapabilirler. Gönderme yapabilir derken "bir filmin diyaloglarını ezberden söyleyebilirler" demiyorum. Kastettiğim şey, "her filmin nasıl işlediğini açıklayabilmek". Filmler girift bir duygu makinesidir. Hiç sekmeyen dişlilerden, onları tıkır tıkır işleten çarklardan yapılmış İsviçre saatleri gibidir. Parçalarına ayırıp sonra tekrar birleştirebiliyor olmanız gerek. Karanlıkta. Uyurken. Sevdiğiniz bir iki filmi bilmek yetmez. Son beş yılın tüm filmlerini bilmek de yetmez. Geri gitmeniz, farklı film türlerinin kökenlerini anlamanız, sırasıyla hangi filmin bir başkasını doğurduğunu, her birinin film sanatını nasıl geliştirdiğini bilmeniz lazım.

Bu da beni janr meselesine getiriyor.

Başarılı bir senaryo yazmanın bir sonraki aşamasına atılmak üzeresiniz. Bu aşama da film fikrinizi kategorize etmek. *Ama hayır!* diyorsunuz. *Benim filmim yepyeni! Daha önceki filmlerden hiçbirine benzemiyor! Beni kategorize edemezsiniz!*

Kusura bakmayın. Çok geç.

Sinema tarihine geçmiş herhangi bir –veya bir sürü– filme benzemeyen bir fikir söyleyemezsiniz bana. Güvenin bana, filminizin içine gireceği bir kategori var. O kategorinin de bilmeniz gereken kuralları var. Çünkü klişeleri yok etmek, bize "aynı ama farklı" olan bir şey vermek için filminizin hangi janra ait olduğunu bilmeniz ve basmakalıp unsurlardan kaçınmak için klişeleri nasıl eğip bükeceğinizi bulmanız gerek. Eğer bunu yapabilirseniz, filminizi satma şansınız artar. Ayrıca Hollywood'daki herkes, gerçekten *herkes*, böyle yapıyor. Onların bildiği şeyi siz niye öğrenmeyesiniz?

En Çok... Neye Benziyor?

Şimdi, elinizde *logline*'ınız var.

Tavsiyelerime uydunuz, dışarı çıktınız on küsur "kurban" üs-

tünde deneme sunumunuzu yaptınız, onlardan aldığınız tepkilere göre düzenlemeler yaptınız, film cümleniz şimdi orada ışıl ışıl parlıyor! Başarılı olacak bir şey yakaladığınıza eminsiniz.

"GÖRÜNTÜ AÇILIR:" diye yazmaya hazırsınız, değil mi?

Hayır.

Sizi tutuyorum çünkü yazmaya başlamadan önce "Neymiş?" sorusunun ardından başka bir soru üstünde de biraz düşünün istiyorum. O soru da "En çok... neye benziyor?" sorusu.

Siz, arkadaşlarınız ve cumartesi gecesi örneğine dönüyorum. Seçtikleri filmleri onlara sundunuz, onlar da içlerinden bir iki tanesini belirlediler. Şimdi de 10 dolar bastırıp izleyecekleri filmden ne beklemeleri gerektiğini daha iyi bilmek istiyorlar. Tamam, bir komedi filmi izleyecekler. Ama ne tür bir komedi?

Hollywood'da bu kadar kötü satış sunumları dinlememizin nedeni böyle sorular. Size doğruyu söyleyeceğim, ben de kestirmeden anlatmak için bazen nefret ettiğim ifadeler kullanıyorum. Size de kullanmanızı hiç önermiyorum. İnsanlar, bu gibi sunumlarla dalga geçiyor – haklılar da. Gergin senaryo yazarımız sunum sırasında "*X-Men*'le *Yolun Sonu* (*Cannonball Run*) karışımı bir senaryo" diyecek. Ya da "*Zor Ölüm* gibi ama *bowling* salonunda geçiyor!" İki ya da daha fazla filmin birleştirilmesi iyice can sıkıcı. Orada oturup "*Heatherlar*'la (*Heathers*) M*A*S*H karışımı" bir şeyin nasıl işleyebileceğini hayal etmeye çalışıyoruz. Ne ki o? Şımarık kızlar orduya mı yazılıyor? Bir sağlık ekibi birbirini vuran çocukları kurtarmak için uçakla bir liseye mi iniyor? Ne oluyor? Muhtemelen senaryo yazarı sadece iki hit filme yapışmış, ikisinin birleşiminde birilerinin hoşlanacağı bir öğe olduğunu umut ediyor.

(LÜTFEN DİKKAT: Böyle çılgın biliminsanı deneylerini tarif ederken gişede patlamış filmler kullanılmaz. Bu yöntemin ne kadar kötü olabileceğine dair bir örnek: "*Ishtar*'la *Ördek Howard* (*Howard the Duck*) karışımı." Böyle bir şey asla denmemeli.)

Yine de... itiraf ediyorum, ben de yapıyorum.

Filminizi kategorize etmeniz iyi bir fikir çünkü bir senaryo

yazarı olarak yazdığınız filmin ne tür bir film olduğunu anlamanız önemli. Birçok nedenden bir senaryo yazarken işin ortasında kaybolup gideriz. Ancak bu, en çok janr belirlemediğimiz için başımıza gelir. Ben de yazsam, *Steven Spielberg* de yazsa, başka filmlere atıfta bulunmak, o janr içinde olay örgüsü ve karakterler için ipuçları aramak çok olağan bir şey. O yüzden de hikâyenizde bir yerde takıldığınızda ya da senaryo yazmaya hazırlanırken, olay örgüsünün belli başlı unsurlarının önemine, niye işleyip işlemediğine, klişe olanı yeni bir şeye nasıl dönüştüreceğinize dair ipuçları edinmek için üstünde çalıştığınız filme benzeyen filmler izleyip, "tarayacaksınız"

Bu çalışmayı başlatmaya elverişli olduğu kanıtlanmış toplam 10 film janrı var. Ama hepsi sadece bundan ibaret – bir başlama noktası. Bir kez başladıktan sonra onları arkamızda nasıl bırakacağımızı bir sonraki aşamada öğreneceğiz.

Bu oyun, janrlarla kart oynamaya benziyor: Filmlerin hangi janrlara denk geldiğini ararken karolarla karoları mı eşleştirmeye çalışıyorum yoksa sayıları ya da valeleri mi? Ben var olan kartlarla eşleştirmek yerine her yıl içine yeni film ekleyebildiğim film kategorileri yaratmakla ilgileniyorum. Ve bence bu 10 hikâye türü altına şimdiye kadar yapılmış tüm filmleri sokabilirsiniz. Kendi kategorilerinizi oluşturabilir, farklı türleri bu listeye ekleyebilirsiniz ama böyle bir şeye ihtiyaç duymayacağınızı umuyorum. Ayrıca fark edeceğiniz üzere bu listenin hiçbir yerinde romantik komedi, epik veya biyografi gibi standart janrlar yok. Çünkü o tanımlar bana hikâyenin ne olduğuna dair hiçbir şey söylemiyor. Benim anlamam gereken şey hikâye.

Kategorize ettiğim 10 film türü şöyle:

Evdeki Canavar: *Denizin Dişleri* (*Jaws*) *Kum Canavarları* (*Tremors*), *Yaratık* (*Alien*), *Şeytan* (*The Exorcist*), *Öldüren Cazibe* (*Fatal Attraction*) ve *Panik Odası* (*Panic Room*) bu türün örnekleri.

Altın Post: Bu film kategorisini en iyi örnekleyen filmler *Yıldız Savaşları* (*Star Wars*), *Oz Büyücüsü* (*The Wizard of Oz*), *Uçaklar, Trenler ve*

Otomobiller (*Planes, Trains and Automobiles*), *Geleceğe Dönüş* (*Back to the Future*) ve "soygun filmleri"nin çoğu.

Sihirli Lamba: Bu tür, *Yalancı Yalancı* (*Liar, Liar*), *Aman Tanrım!* (*Bruce Almighty*), *Aşk İksiri* (*Love Potion #9*), *Çılgın Cuma* (*Freaky Friday*), *Dalgın Profesör* (*Flubber*), hatta ufak bir hit olan Disney çocuk filmim *Açık Çek* (*Blank Check*) gibi filmleri barındırıyor.

Dertli Adam: Bu; üslup, ton ve duygusal malzemesi bakımından *Tuzak*'tan (*Breakdown*) Zor Ölüm'e (*Die Hard*) *Titanik*'ten *Schindler'in Listesi*'ne (*Schindler's List*) kadar değişkenlik gösteren bir janr.

Geçiş Dönemleri: Bu kategoriyi; *10*, *Sıradan İnsanlar* (*Ordinary People*) ve *Şarap ve Gül* (*Days of Wine and Roses*) gibi "hayat değişikliği" hikâyeleri oluşturuyor.

Arkadaş Aşkı: Bu janrda, kanka polis filmlerinde gördüğümüz arkadaş filmi dinamiklerinden çok daha fazlası var. *Salak ile Avanak* (*Dumb & Dumber*), *Yağmur Adam* (*Rain Man*) da dahil – hatta çekilmiş her aşk hikâyesi de bu kategoriye dahil!

Neden Yapmış?: *Kimin* yaptığıyla kim ilgilensin, önemli olan *neden* yaptığı. *Çin Mahallesi* (*Chinatown*), *Dünyanın Kaderi* (*China Syndrome*), *JFK* ve *Köstebek* (*The Insider*) bu kategoride.

Soytarının Zaferi: En eski hikâye türlerinden biri olan bu kategoride *Merhaba Dünya* (*Being There*), *Forrest Gump*, *Dave*, *Ahmak* (*The Jerk*), *Amadeus* ve Chaplin, Keaton ve Lloyd gibi sessiz palyaçoların da işleri yer alıyor.

Gruplar, Kurumlar: Adından da belli olduğu üzere, bu kategori, gruplarla ilgili. *Çılgınlar Okulu*, *M*A*S*H*, *Guguk Kuşu* (*One Flew Over the Cuckoo's Nest*), *Amerikan Güzeli* (*American Beauty*) ve *Baba* (*the Godfather*) gibi "aile" hikâyeleri bu kategoride.

Süper Kahraman: Sadece hemen aklınıza gelecek *Superman* ve *Batman* gibi hikâyeler değil, *Dracula*, *Frankenstein*, hatta *Gladyatör* (*Gladiator*) ve *Akıl Oyunları* (*A Beautiful Mind*) da bu kategoride.

Kafanız tamamen karıştı mı? *Schindler'in Listesi*'yle *Zor Ölüm* aynı kategoride yer alıyor dediğim zaman akıl sağlığımdan şüphe ediyor musunuz? Size arkadaş filmleri aslında kılık değiştirmiş aşk filmleridir dediğim zaman bana biraz tuhaf mı bakıyorsunuz? Güzel! O zaman janrların müthiş dünyasına iyice dalalım.

Evdeki Canavar

Jaws, *Şeytan* ve *Yaratık*'ın ortak özellikleri ne? Üçü de "Evdeki Canavar" dediğim janrın örnekleri. Bu janrın uzun bir geçmişi var ve büyük ihtimalle insanlığın anlattığı ilk hikâye. İşleyen iki dişlisi var: Canavar. Ev. Bir de o eve canavarı can havliyle öldürmeye çalışan insanlar koydunuz mu, elinizde o kadar kök salan bir film oluyor ki herkeste ve her yerde bir karşılık buluyor. Benim "mağara adamına bile satılır" dediğim film türü bu. Aptal değil köklü olmakla ilgili. Ayrıca *herkes* şu basit, ilkel, içimize kök salmış emri anlayabilir: Kendini yedirtmeyeceksin!

O yüzden dünya çapındaki çoğu hitin ve *franchise*'ın arkasında bu janr var. Böyle filmlerin çoğunu *soundtrack*'leri olmadan izleseniz bile yine de "anlarsınız". *Jurassic Park*, *Elm Sokağında Kâbus* (*The Nightmare On Elm Street*), *13. Cuma* (*Friday the 13th*), *Çığlık* (*Scream*) serisi, *Kum Canavarları* ve devam filmleri, ayrıca şimdiye kadar anlatılmış her perili ev ve hayalet hikâyesi bu janrın örnekleri. Doğaüstü öğeler içermeyen, *Öldüren Cazibe* gibi filmler bile (*Öldüren Cazibe*'deki "canavar"ı Glenn Close canlandırıyordu) bu kategoriye giriyor. *Örümcek Korkusu* (*Arachnophobia*), *Kara Göl* (*Lake Placid*) ve *Mavi Korku* (*Deep Blue Sea*) gibi filmlerden de anlaşılabileceği üzere eğer "Evdeki Canavar"ın kurallarını bilmezseniz batarsınız.

Bence kurallar basit. "Ev" sınırlı bir alan olmalı: Sahil kasabası, uzay gemisi, dinozorlu ama fütüristik bir Disneyland, bir aile. İş-

lenen bir günah var, çoğunlukla da (parasal veya cinsel) açgözlülük olur. Bu günah, doğaüstü bir canavarın yaratılmasına sebep olur, canavar da bir intikam meleği gibi günahı işleyenleri öldürmek, günahın ne olduğunu sonunda anlayanların da canını bağışlamak için gelir. Gerisi hep "koş koş, saklan". Janr soyağacının bu pek meşhur dalına katkıda bulunmak isteyen senaryo yazarının görevi; canavara da, canavarın sahip olduğu güçlere de canavarın "böö!" deyişine de yenilikler getirmek.

Bu kategorinin kötü bir örneği olarak Jeff Daniels ve John Goodman'ın oynadığı *Örümcek Korkusu*'nu verebiliriz. Kötü canavar: Küçük bir örümcek. Burada pek doğaüstü bir şey yok. Hiç korkunç da değil, üstüne bir basarsın ölür gider. Ayrıca ev yok! *Örümcek Korkusu* dünyasının sakinleri istedikleri an "hesap lütfeen" deyip, bir sonraki otobüse atlayıp şehir dışına çıkabilirler.

Gerilim nerede burada?

Örümcek Korkusu'nu yapanlar Evdeki Canavar kurallarını ihlal ettiği için iş karman çorman bir şeye vardı. Film komedi mi dram mı? Gerçekten ciddi ciddi korkmamız mı gerekiyor? Evdeki Canavar'ın kuralları hakkında ayrı bir kitap bile yazabilirim ama kendi evinizde Evdeki Canavar filmleri festivali düzenlemek ve bu ayrıntıları kendiniz keşfetmek için bana ihtiyacınız yok. Eğer bu janra giren bir senaryo yazıyorsanız, size tam da bunu yapmanızı öneriyorum.

Şunu iyice açıklığa kavuşturmak istiyorum. Burada ele alınacak tüm janrlar gibi bu kategori de henüz tükenmedi. Tekrar ediyorum, tükenmedi. Yenisini yapmanın her zaman bir yolu var. Ama başarılı olabilmek için taze bir yorum katmanız gerek. Klişeden kaçmanız lazım. "Aynısı ama farklı" olan bir şey sunabilmeniz şart. Evdeki Canavar janrının altında kazılmayı bekleyen yeni madenler olduğuna inanmayanlar Minotauros mitini düşünsünler. Müthiş Canavar: Yarı insan/yarı boğa. Müthiş Ev: Hükümlülerin ölüme gönderildiği bir labirent. Bu parlak hikâyeyi gören Antik Yunanlı bir yazar bozuntusu şöyle demiştir: "Artık tamam. Bu janr öl-

dü. Bundan iyisini yapamam!" Ama kötü permalı, kaynatılmış tavşanlı Glenn Close'u hayal edemedi.

Altın Post

Arayış miti, ateş başında anlatılan hikâyeler içinde her zaman –yani tarihin başından itibaren– en beğenilen hikâyelerden biri olmuştur. Eğer senaryonuz bir biçimde "Yol Filmi" olarak kategorize edilebiliyorsa, benim "Altın Post" olarak adlandırdığım bu janrın kurallarını bilmeniz şart. İsmi, İason ve Argonaut'lar mitinden geliyor ama hep aynı şeyi anlatıyor: Bir kahraman bir şeyin peşinden "yola çıkar" ve aradığı şeyden başka bir şeyi keşfeder: Kendisini. Bu nedenle *Oz Büyücüsü*, *Uçaklar, Trenler ve Otomobiller*, *Yıldız Savaşları*, *Geyik Muhabbeti* (*Road Trip*) ve *Geleceğe Dönüş* temelde aynı filmlerdir.

Ürkütücü geliyor değil mi?

Her hikâyenin dönüm noktaları gibi, Altın Post'un kilometre taşları da kahramanın ya da kahramanların yolculukları boyunca karşılaştıkları insanlar ve olaylardan oluşuyor. Epizodik olduğu için olaylar birbirinden kopuk gibi gelebilir ama bağlantılı olmalıdır. Her Altın Post filminin teması içsel bir olgunlaşmadır; olaylar kahramanı nasıl etkiliyorsa, olay örgüsü de öyle etkilenir. Gerçek bir gelişme gösterdiğimizi de böyle anlarız – iyi bir Altın Post filminde katedilen kilometre başına puan kazanılmaz, önemli olan yolculuğu boyunca kahramanın nasıl değiştiğidir. O kilometre taşları kahramana bir anlam ifade etsin diye zorlamak da sizin işiniz.

Şu an birlikte çalıştığım yazar arkadaşım Sheldon Bull'la –inanılmaz başarılı ve yetenekli– bir Altın Post senaryosu yazdığımızı fark ettik. Doğal olarak Altın Post filmlerini çok tartışıyoruz. Filmimiz komedi olduğu için *Uçaklar, Trenler ve Otomobiller*'i inceledik; *Yağmur Adam*, *Geyik Muhabbeti* ve hatta *Çılgınlar Okulu*'nun karakter dinamiklerini tartıştık; bunları da ister inanın ister inanmayın, askeri okuldan haksız yere atılmış bir çocuğun eve dönüp *anne babasının ona söylemeden taşınmış olduğunu* fark ettiği bir hikâyeyi çözebilmek için yaptık! Esasında hikâye "yolda geçen *Evde Tek Başına*

(*Home Alone*)" gibi. (Kusura bakmayın! Çok kötü bir alışkanlık.) Yaptığımız düzenlemeler filmdeki macerayla değil –ki bence asıl macera zaten çok eğlenceli–, filmdeki her olayın çocuk kahramanımıza ne anlam ifade ettiğiyle ilgili oldu. Filmdeki maceraların ne olduğunun bir önemi yoktu. Çocuk ana kahramanımızın göründüğü tüm eğlenceli dekor sahneler onun büyüme hikâyesinin dönüm noktaları olacak şekilde değiştirilmeliydi. Dönüp dolaşıp hep *Odysseia*'da, *Gulliver'in Gezileri*'nde (*Gulliver's Travels*) ve çağlar boyunca yazılmış sayısız iyi yol hikâyesinde bulunan, herkesin bildiği Altın Post gerçeğine geliyoruz: Hikâyeyi işleten şey olaylar değil, kahramanın o olaylar sonucunda kendisi hakkında öğrendikleri.

Ayrıca tüm soygun filmleri de bu janrda yer alıyor. Tek bir kişinin ya da bir grubun kalkıştığı herhangi bir arayış, görev veya "bir kaleye saklanmış hazine avı" Altın Post kategorisine girer, kuralları da aynıdır. Hikâyedeki görev sıklıkla daha kişisel diğer keşiflerin yanında ikincil hale gelir; olay örgüsündeki değişimler ve dönüm noktaları aniden senaryodaki soygundan çıkarılacak anlamdan daha önemsiz olur – *Ocean's Eleven*, *On İki Kahraman Haydut* (*The Dirty Dozen*) ve *Yedi Silahşörler*'deki (*The Magnificent Seven*) gibi.

Sihirli Lamba

"Keşke kendi param olsaydı!" Colby Carr'la birlikte yazıp, Disney'e sattığımız, sonra da ufak bir hit olan çocuk filmi *Açık Çek*'in karakteri Preston Waters filmde böyle der. Çok geçmeden Preston gerçekten de parasını –tam tamına bir milyon dolar– alacak ve mutluluktan delirecektir. Bu tür gerçekleşen dilekler insan ruhunun büyük bir parçasıdır; bu yüzden de sık sık karşımıza çıkar. "Keşke ..... olsaydı" herhalde Adem'den bu yana en çok edilen duadır. Ve bu gerçekleşen dilek fantezilerini sonuna kadar kullanan, iyi bir "farz edelim ki" masalı anlatan hikâyeler de iyidir, köklüdür, "mağara adamının da kolay anlayacağı" hikâyelerdir. Onlardan o yüzden çok var. Ve o yüzden bu kadar başarılı oluyorlar.

Komedi hiti *Aman Tanrım!* bu janrın örneklerinden biri. Aslın-

da her role uyum sağlayabilen Jim Carrey, başka bir "Sihirli Lamba" klasiğinin de yıldızıydı: *Maske* (*The Mask*). Dileği bahşedenin illa Tanrı olması gerekmiyor. Bir "şey" de olabilir: *Maske*'deki maske; Disney filmi *Aşk Vosvosu*'ndaki (*The Love Bug*) sihirli Volkswagen "Herbie"; Sandra Bullock'lu *Aşk İksiri*'ndeki karşı cinsten birini hemen âşık eden, kendi icat ettiğiniz bir formül; veya Robin Williams'ın oynadığı *Dalgın Profesör*'deki öğretmenlik kariyerinizi kurtarabilecek sihirli aptal karışım gibi.

"Sihirli Lamba" adı gözünüzün önüne sahibinin dileğini gerçekleştirmek için lambasından çıkarılan bir cini getiriyordur. Ama bu gerçekleşen dilekler janrının bir parçası olmak için sihir şart değil. *Açık Çek*'te Preston'a milyonlarını kazandıran bir sihir yok; o kadar parayı kazanmasının sihirli değil gerçek bir nedeni varmış gibi göstermek pek mümkün değildi tabii ama yine de Colby'le epey uğraştık. Fakat aslında bir önemi yok. Kutsal bir müdahale, şans, sahneye giren sihirli bir varlık, adına ne dersek diyelim aslında hepsi aynı araç. Karakteri severiz, dilediklerini zaten hak ettiklerine inanırız; bir biçimde de dilekleri tutar ve hayatları değişmeye başlar.

Hemen hemen aynı kategoride olsa da Sihirli Lamba'nın öbür yüzünde dilek tutmanın lanetli tarafı yer alıyor. Ettiğini bulma hikâyeleri. Jim Carrey'nin bir diğer filmi *Yalancı Yalancı* bunun iyi bir örneği. (Hmmm acaba buradan hangi yıldızların hangi Jung'cu arketipe yakın olduğunu gösteren bir örüntü mü var?) Aynı hikâye kuruluşu, aynı araç burada da söz konusu: Bir çocuk, yalan söyleyen avukat babasının doğrulardan başka hiçbir şey söyleyememesini diler ve buyurun! Dileği gerçek olur. Büyük bir davanın görüleceği gün, Jim Carrey elindeki en güçlü silahından olur, aniden yalan söyleyememeye başlar. Hayatta kalmak istiyorsa, Jim'in yöntemlerini değiştirmesi ve büyümesi gerekecektir. Bunları yaparken de baştan beri asıl elde etmek istediği şeye kavuşacaktır: Karısının ve oğlunun saygısı. Başka bir ettiğini bulma hikâyesi de *Çılgın Cuma* – hem Jodie Foster versiyonu hem de güncel Lindsay Lohan yorumu. Ama bunlardan çok var, mesela Steve Martin'in *Ne Çok*

Ben'i (*All of Me*) ve bir diğer meşhur ve bilge oyuncu Bill Murray'in oynadığı *Bugün Aslında Dündü* (*Groundhog Day*).

O halde Sihirli Lamba'nın kuralları şöyle: Eğer gerçekleşen dilek hikâyesi olacaksa kahramanın etrafındaki insanların baskısı altında olan, ezilen bir Sindirella olması gerekiyor ki ona biraz mutluluk verecek herhangi birini ya da bir şeyi biz de gönülden destekleyelim. Fakat yine de kuralların bize gösterdiği ve insan doğasının dayattığı üzere, kimsenin, en mazlum karakterin bile çok uzun süre başarılı kaldığını görmek istemeyiz. Sonunda da kahramanın, sihrin her şey demek olmadığını, bizim gibi –seyirci koltuğunda oturanlar gibi– olmanın daha iyi olduğunu öğrenmesi gerekir çünkü nihayetinde bu olanların bizim başımıza hiçbir zaman gelmeyeceğini biliriz. O yüzden çıkaracağımız bir dersin hep eli kulağında olmalı, filmin sonunda da iyi bir kıssadan hisse verilmelidir.

Sihirli Lamba'nın ettiğini bulma hikâyesi versiyonu tercih edilecekse, aynı hikâye kuruluşunun tam zıddı geçerlidir. Bu sefer elimizde kıçına kıçına bir tekme isteyen bir adam ya da kadın vardır. Ancak yine de kendilerini affettirecek bir taraflarının da olması gerekir. Bunu kıvırmak biraz daha alengirli bir iş. Filmin başında mutlaka bir O Kediyi Kurtar sahnesi olmalı. O sahnede bu adamın ya da kadının pisliğin teki olduğunu bilsek de içlerinde kurtarmaya değer bir şey olduğunu düşünmeliyiz. Böylece hikâyenin akışı içinde, sihirden (lanet bile olsa) faydalansınlar, sonunda da kazansınlar.

Dertli Adam

Bu janrı tarif eden bir cümle var: "Sıradan biri kendini sıra dışı durumlarda bulur." Düşününce, bu da içinde kendimizi en çok hayal edebildiğimiz, içimizde yer etmiş durumlardan oluşuyor denebilir. Hepimiz kendimizi sıradan bir erkek ya da kadın olarak görürüz. Böylece biz de daha baştan bu tür bir hikâyenin kahramanıyla ortak duyguları paylaştığımız bir gruplaşmanın içine çekiliriz. Böyle hikâyelerin "alt tarafı sıradan bir gün" dediğimiz günle-

rinde birden sıra dışı bir şey olur. Karımın çalıştığı bina at kuyruklu teröristler tarafından ele geçirilebilir (*Zor Ölüm*), Naziler Yahudi arkadaşlarımı götürmeye başlayabilir (*Schindler'in Listesi*), gelecekten bir robot (hem de aksanlı!) gelip beni ve doğmamış çocuğumu öldürmek için burada olduğunu söyleyebilir (*Terminatör*), yolculuk ettiğimiz gemi buzdağına çarpar, batmaya başlar, tüm yolculara yetecek kadar cankurtaran sandalı da yoktur (*Titanik*).

Dertler bunlar arkadaşlar. Büyük, köklü dertler.

Peki siz sıradan biri olarak nasıl başa çıkacaksınız bu dertlerle?

Evdeki Canavar'da olduğu gibi, bu janrda da oldukça basit iki dişli var: Biri –tıpkı bizim gibi ortalama bir erkek ya da kadın. Bir de dert: Derinine inip karakterin üstesinden gelmesi gereken bir şey. Bu basit öğeleri alıp sonsuz kere karıştırıp eşleştirerek toprağa yeni durumlar ekip büyütebilirsiniz. Kurt Russell'lı *Tuzak* gibi filmlerde olduğu gibi kahramanınız ne kadar ortalama olursa görevi o denli zorlaşır.

Tuzak'ta Kurt'ün süper güçleri de, yetenekleri de polis eğitimi de yoktur. Sıfır. Ama aklında tüm ortalama insanların anlayacağı, *Zor Ölüm*'ün Bruce Willis'inkiyle aynı ailevi gündem var: Âşık olduğu karısını kurtarmak! Kahramanımızın yetenekli olup olmamasından bağımsız olarak bu hikâyelerin işlemesini sağlayan şey, görevlerinin büyüklüğündeki oran. Bir genelgeçer kural da şu: Kötü adam ne kadar kötüyse, kahramanlık da o kadar büyük olur. O yüzden kötü adamı mümkün olduğu kadar kötü yapın –her zaman!– çünkü dert ne kadar büyükse, bizim adamımızın aşması gereken engeller de o kadar zorlaşır. Ve kötü adam kim olursa olsun, kahramanımız kendisine karşı dizi dizi sıralanmış, ondan çok daha güçlü düşmanlarını zekâsı ve kendi kişiliğiyle yener.

Geçiş Dönemleri

Ergenlikte olduğunuz zamanları, beceriksizliğinizi hatırlıyor musunuz? Çarpıldığınız o tatlı kızın siz hayatta mısınız değil misiniz bilmediği zamanları. Kocanızın size gelip boşanmak istediğini

söylediği kırkıncı doğum günü partinizi? Hayatın bu sancılı geçişlerine verilen örnekler bize anlamlı geliyor çünkü böyle şeyler neredeyse hepimizin başına geliyor. Büyüme sancısı hikâyeleri de bizi etkiliyor çünkü hayatımızın en hassas zamanları onlar. Bizi insan yapan şey bu geçişler ve bu dönemlerden mükemmel, dokunaklı ve hatta çok eğlenceli hikâye anlatma biçimleri çıkıyor. (10'da Dudley Moore'un orta yaş krizi, filme çekilmiş en komik orta yaş krizi değil mi?) Ama ister dram ister komedi olsun, "Geçiş Dönemleri" hikâyeleri aynı türe dahil. Hepsinin de kuralları aynı.

Tüm filmler değişimlerle ilgili olduğundan Geçiş Dönemleri hikâyelerinin bir değişimi kayıt altına aldığını söylemek asıl noktayı kaçırmak olur. Bu hikâyeler acı ve eziyet hikâyeleridir ama bunlar genellikle bir dış kuvvetten gelir: Hayat. Elbette verdiğimiz kararlarla da ilgilidir ama bize saldıran "canavar" çoğunlukla görünmez, belirsiz ya da adını koyamadığımız için üstesinden gelemediğimiz bir şeydir. *Kayıp Hafta Sonu* (*Lost Weekend*), *Şarap ve Gül*, Sandra Bullock'un oynadığı *28 Gün* (*28 Days*) ve Meg Ryan'lı *Erkek Severse* (*When A Man Loves A Woman*) gibi filmlerin hepsi uyuşturucu ve alkolle mücadele filmleridir. Benzer biçimde ergenlik, orta yaş krizi, yaşlılık, aşk ayrılıkları ve *Sıradan İnsanlar* gibi, sevilen birinin ölümünün üstesinden gelmek hakkındaki "yas" hikâyelerinin de ortak noktası aynıdır: İyi bir geçiş dönemi hikâyesinde olayları bizzat yaşayan kişi –hikâyenin kahramanı– dışında herkes "olayı" çözmüştür. Ona da sadece tecrübe bir çözüm sunabilir.

Bu janrda temelde –ister komik ister dramatik yorumlanmış olsun– canavar, sorunlu kahramana sinsice yaklaşır; hikâye de kahramanın o canavarın kim ve ne olduğunu yavaş yavaş farkına varmasıdır. Neticede boyun eğmekle ilgili bu hikâyelerde zafer kendimizi bizden güçlü olan kuvvetlere bıraktığımızda kazanılır. Hikâyenin son noktası kendi insanlığımızı kabul edişimizdir, kısasadan hissesi de hep aynıdır: *Hayat Böyle Bir Şey!* (*That's Life!* – bir Blake Edwards filmi daha! Hmmm. Şimdi bunu, 10'u ve *Şarap ve Gül*'ü birlikte düşününce sanki Blake Edwards bu janrı sevmiş, başarılı da

olmuş gibi geldi.)

Eğer film fikriniz bir biçimde Geçiş Dönemleri hikâyesi olarak değerlendirilebiliyorsa bu saydığım filmler sizin için en kolay av. Elisabeth Kübler-Ross'un *Ölüm ve Ölmek Üzerine* kitabındaki kabul ediş aşamaları gibi, bu hikâye türünün yapı şeması da karakterin kontrol edemeyeceği ya da anlayamayacağı güçleri istemeye istemeye kabul etmesinden türer. Zafer de karakterin sonunda gülümseyebilmesiyle gelir.

Arkadaş Aşkı

Klasik "arkadaş hikâyesi" türünü Sinema Çağı'nın bir yaratımı olarak görüyorum. Sinema Çağı'ndan önce bir iki muhteşem arkadaşlık hikâyesi vardıysa da (örneğin, *Don Quijote*), bu kategori sinemanın doğuşuna kadar bir hikâye biçimi olarak yolculuğuna tam olarak başlamamıştı. Benim teorim arkadaş filmi janrını kahramanının tepki vereceği *kimsesi* olmadığını fark eden bir senaryo yazarının keşfettiği yönünde. Edebiyat eserlerindeki iç monologların ve tasvirlerin doldurduğu yer, filmlerde büyük bir boş alan oluyordu. Senaryo yazarı da büyük ihtimalle birden "kahramanımın hikâyenin önemli meselelerini tartışabileceği birisi olsa ne olurdu?" diye sordu. Böylece klasik "arkadaş filmi" doğdu; Laurel ve Hardy'den Bob Hope'a; Bing Crosby'den *Butch Cassidy ve Sundance Kid*'e, oradan Wayne'in Dünyası'na (*Wayne's World* – hem birincisi hem ikincisi) kadar örnekleriyle sinemanın demirbaşlarından oldu. *48 Saat*'te (*48 Hours*) birbiriyle öyle konuşan iki adam, *Thelma ve Louise*'de birbiriyle öyle konuşan iki kadın, *Kayıp Balık Nemo*'da (*Finding Nemo*) birbiriyle konuşan iki balık... Hepsi işliyor çünkü "en yakın arkadaşımla ben" hikâyeleri bize her zaman anlamlı gelecek. Üstelik çok insancıllar ve evrensel durumlardan yola çıkıyorlar. Bu hikâyeleri bir mağara adamlarına sunsanız ikisi de (hem o *hem de* arkadaşı!) anlar.

İyi bir arkadaş filminin sırrı aslında kılık değiştirmiş bir aşk

filmi olmasında yatıyor. Aynı şekilde tüm aşk hikâyeleri de sadece içinde seks ihtimali olan arkadaş filmleridir. *Tehlikeli Bebek* (*Bringing Up Baby*), *Pat ve Mike* (*Pat and Mike*), *Yılın Kadını* (*Woman of the Year*), *Aşka İki Hafta* (*Two Weeks Notice*), *Bir Erkek 10 Günde Nasıl Kaybedilir?* (*How to Lose a Guy in 10 Days*), –janr bakımından– sadece daha sofistike ve arkadaşlardan birinin etek giydiği Laurel ve Hardy filmleridir. Ama yine de ister dram ister komedi olsun, içinde seks olsun ya da olmasın, bu filmlerin kuralları aynı. Önce "arkadaşlar" birbirlerinden nefret ederler. (Nefret etmeseler hikâye nasıl ilerleyecek ki?) Ama ortak maceraları birbirlerine ihtiyaçları olduğunu, özünde bir elmanın iki yarısı gibi olduklarını ortaya çıkarır. Bunu fark etmek daha da fazla çatışmaya yol açar. Birine *mecbur* olmaya kim katlanabilir ki?

Son kurala gelmeden önce: Bu hikâyelerin her birinde sona doğru gerçekleşen Her Şey Bitti anı (bununla ilgili daha fazla bilgi Dördüncü Bölüm'de yer alıyor) şöyle oluyor; ayrılık, kavga, "hadi sana güle güle!" Ama aslında hikâyeler bunların hiçbiriyle bitmez. Birbirleri olmadan daha kötü hayatlar sürdürdükleri fikrine katlanamayan bu iki insanın sadece bencilliklerinden vazgeçmeleri, kazanmak için teslim olmaları gerekmektedir. Ve perde tamamen kapanmadan, tam olarak öyle yaparlar.

Çoğu kez, *Yağmur Adam*'da da olduğu gibi, arkadaşlardan biri hikâyenin kahramanıdır, bütün değişimi ya da değişimin çoğunu o geçirir (yani Tom Cruise). Bu sırada diğer arkadaş onun değişiminde katalizör görevi görür, kendisi ya çok az değişir ya da hiç değişmez (yani Dustin Hoffman). Bu dinamiğin konuşulduğu bir sürü hikâye tartışmasına dahil oldum. Sonunda iş çoğu zaman "Kimin hikâyesi bu?" sorusuna geldi. *Cehennem Silahı* da (*Lethal Weapon*) bir noktaya kadar öyledir. Hikâye Danny Glover'ın hikâyesidir. Mel Gibson değişimin aracısıdır. Mel'in intihar eğilimini hikâyenin sonuna doğru görsek de dönüşümünü önemsediğimiz asıl karakter Danny Glover'dır. Bu "katalizör"ler, arkadaş aşkı hikâyelerinin bir karakterinin hayatına giren, onların hayatını değiştiren, sonra da

çekip giden "varlık"lardır. Böyle örnekler Arkadaş Aşkı janrındaki dinamiğin bir alt kümesini oluşturur ve akılda tutulması gereken önemli hikâyelerdir. E.T. de dahil olmak üzere birçok "çocukla köpeği" hikâyesi de böyledir.

Bir arkadaşlık ya da aşk hikâyesi yazıyorsanız, ister dram ister komedi olsun, Arkadaş Aşkı yapısının dinamiklerini bilmeniz elzem. Bu filmlerden bir sürü alın, DVD oynatıcınıza takın ve hepsinin birbirine ne kadar benzediğini görüp şaşırmaya hazır olun. Hırsızlık mı bu? Sandra Bullock, Katherine Hepburn'ü dolandırıyor mu? Cary Grant'in vârisleri Hugh Grant'i telif hakkı ihlalinden dava mı etsin? Tabii ki hayır. Olan şey sadece iyi hikâye anlatıcılığı. Bir şekilde de hikâyelerdeki vurgular aynı.

Çünkü her seferinde işliyorlar.

Neden Yapmış?

İnsanların kalbinde kötülüğün gizlendiğini hepimiz biliyoruz. Açgözlülük yapılır. Cinayetler işlenir. Tüm bunlardan da göze görünmeyen kötü insanlar sorumludur. Ama "kim" sorusu hiçbir zaman "neden" kadar ilgi çekici değildir. Altın Post'un aksine, iyi bir "Neden Yapmış?" hikâyesi değişim geçiren bir kahramanla ilgilenmez. "Neden Yapmış?" hikâyelerinde seyirci, filmde işlenen "suç"un "davası" görülmeye başlayınca önceden insan doğasında var olmasının imkânsız olduğunu düşündüğü bir şeyin varlığını keşfeder. Klasik bir "Neden Yapmış?" filmi *Yurttaş Kane*'de (*Citizen Kane*) olduğu gibi, hikâye; insan ruhunun en dipte gizli saklı kalmış odalarını aramak, umulmadık bir şey keşfetmek, karanlık ve çoğu zaman hoşumuza gitmeyecek bir şeyi ve "Neden?" sorusuna bir yanıt bulmaktır.

Çin Mahallesi herhalde yapılmış en iyi "Neden Yapmış?" filmi ve şahane bir yazarlık örneği. Binlerce kez izleyebileceğiniz, her izlemenizde de daha derine ineceğiniz, bir deniz kabuklusunun içindeki gittikçe küçülen odacıklara benzer yerleri keşfedeceğiniz filmlerden biri. *Çin Mahallesi*'ni iyi bir "Neden Yapmış?" filmi yapan

şeyler tüm klasik "Neden Yapmış?" filmlerinin de işlemesini sağlayan şeylerdir. *Dünyanın Kaderi*'nden, *Başkanın Bütün Adamları* (*All the President's Men*), JFK'den *Gizemli Nehir*'e (*Mystic River*) her dedektif hikâyesi ya da her toplumsal dram karanlık olanın yolundan gider. Bizi sokağın karanlık tarafına çekerler. Kurallar da basittir. Biz, yani seyirciler, sonunda dedektif oluruz. Her ne kadar ekranda işimizi bizim yerimize yapan temsilimiz veya temsillerimiz olsa da nihayetinde tüm bilgileri derinlemesine inceleyecek olan da sonunda bulduğumuz şeye şoke olacak olan da biziz.

Filminiz bu tür bir keşif hakkındaysa, "Neden Yapmış?" janrının harika filmlerine bir bakın. Ekrandaki bir karakterin bizi nasıl temsil ettiğinin farkına varın. Ve insanlığın karanlık yönünün araştırılmasının neden M.C. Escher tablosu gibi, kaleydoskopik ve kendi kuyruğunu yiyen bir yılanı andırdığını anlamaya çalışın. İyi "Neden Yapmış?" filmleri bunu yapar: Bizi röntgen cihazından geçirir ve "Biz bu kadar kötü müyüz?" diye sordurur.

Soytarının Zaferi

"Soytarı", mit ve efsanelerin önemli bir karakteridir ve her zaman da var olmuştur. Dışarıdan bakılınca, köyün delisi gibi görünür ama biraz detaylı bir inceleme, onun aramızdaki en bilge kişi olduğunu ortaya çıkarır. Bu kadar mazlum olması Soytarı'ya anonim kalabilmek gibi bir avantaj sunar. Ayrıca herkesin onun yeteneklerini küçümsemesi, Soytarı'nın sonunda parlamasına olanak tanır.

Soytarının filmlerdeki tarihi Chaplin, Keaton ve Lloyd'a kadar gider. Küçük adamlar, salak adamlar, görmezden gelinen adamlar... Hepsi de zaferlerini; şanslarıyla, cesaretleriyle ve tüm engellere rağmen hiç vazgeçmeyişleriyle kazanırlar. Bu da onları benzersiz kılar. Bu geleneğin zaman içinde nasıl geliştiğini ve neden her zaman önemli bir yer kaplayacağını gösteren örnekler olarak akla güncel filmler arasından *Dave*, *Merhaba Dünya*, *Amadeus*, *Forrest Gump* ve Steve Martin, Bill Murray ve Ben Stiller'ın çoğu filmi geliyor.

"Soytarının Zaferi"nin çalışma prensibi, ezilmiş Soytarı'yı

kendisinden daha büyük, daha güçlü ve çoğunlukla da "kurumsal bir yapının parçası olan" bir kötü adamın karşısına yerleştirmektir. Güya "aptal" olan birinin toplumun "kazananlar" olarak addettiklerini kızdırması, günlük hayatımızda fazla ciddiye aldığımız yapılarla alay etmesi hepimize umut verir. Beyaz Saray'a (*Dave*), iş dünyasında başarıya ulaşmaya (*Ahmak*) ve kültüre duyulan şişirilmiş saygıya (*Forrest Gump*) kadar hiçbir kurum ve yerleşik düşünce sertçe eleştirilemeyecek kadar kutsal olamaz.

Soytarının Zaferi'nin dişlileri basit: Bir ezilen. O kadar beceriksiz ve hayata karşı o kadar hazırlıksız görünür ki etrafındaki hiç kimse onun başarılı olma ihtimalini dikkate almaz (hikâyenin kuruluş bölümünde bu tavırlarını sürekli tekrar ederler). Bir de ezilenin saldıracağı bir kurum olur. Çoğu zaman Soytarı'nın bütün işi çözmüş, "içeriden" bir suç ortağı olur. O da Soytarı'nın "çevirdiği dolapların" yanına kâr kalabilmesine inanamaz: *Amadeus*'taki Salieri, *Merhaba Dünya*'daki Doktor, *Forrest Gump*'taki Çavuş Dan. Kabak genelde bu karakterlerin başına patlar. Soytarının harekete geçirdiği, Rube Goldberg'in makinelerini hatırlatan olay zincirinin son halkasında bu karakterler yer alır. *Pembe Panter*'in Herbert Lom'u gibi nihayetinde suratlarına da pastayı bu karakterler yer. Suçları, aslında nasıl biri olduğunu görmelerine rağmen Soytarı'nın yanından ayrılmamaları ve aslında onların da Soytarı'nın işine karışacak kadar aptal olmalarıdır.

Özel soytarılar, *Charly* ve *Uyanışlar* (*Awakenings*) gibi dram filmlerinde ya da komedilerde dışlanmış olanın hayatına bir bakış atma fırsatı tanır. Zaman zaman hepimiz kendimizi onlar gibi hissederiz, bu hikâyelerdeki soytarının zaferi de bizi kendi zaferimiz gibi heyecanlandırır.

Gruplar, Kurumlar

Başkaları olmasa nerede olurduk? Ortak bir neden etrafında toplanıp bir grup oluşturduğumuzda, azınlığın amaçlarından çoğunluğun çıkarları için feragat edilmesinin artıları ve eksileri orta-

ya çıkar. O yüzden de "Gruplar, Kurumlar" dediğim bu janr; grupların, kurumların ve "aile"lerin hikâyelerini anlatır. Bu hikâyeler bir yandan kurumu onurlandırdığı gibi bir yandan da insanın kendi kimliğini o kurumun içinde kaybetmesinin yarattığı sorunları gösterdiğinden özel hikâyelerdir.

Guguk Kuşu bir grup akıl hastası hakkındadır. *Amerikan Güzeli*'nde banliyöde yaşayan bir grup modern insan vardır. M*A*S*H, Amerikan ordusunu, *Baba* bir mafya ailesini anlatır.

Hepsinde çıkıntı bir karakter vardır; bu karakterlerin rolü, grubun ortak amacının foyasını ortaya çıkarmaktır. Bu filmlerde sırasıyla Jack Nicholson, Kevin Spacey, Donald Sutherland ve Al Pacino bu rolü üstlenir.

Bu hikâyelerde anlatılan grup dinamiği çoğu zaman delice, hatta kendi kendine zarar veren bir şeydir. M*A*S*H'in film şarkısı *Suicide Is Painless* (*İntihar Acısızdır*) savaşın deliliğinden ziyade asıl sürü psikolojisinin ne kadar delice olduğu hakkındadır. Üstümüze bir üniforma geçirdiğimizde, asker üniforması da olsa, cebinin üstünde ufak bir polo logosu bulunan rahat bir pamuk gömlek de olsa, asıl olduğumuz şeyden bir ölçüde vazgeçmiş oluruz. Bütün bu filmler de grupları kendimizin üstünde tutmamızın artıları ve eksileriyle ilgili. Bu da yine oldukça "mağara adamı" türü bir hikâye. Bir gruba duyduğumuz sadakat bazen sağduyuyu, hatta hayatta kalma dürtülerimizi bile hiçe saymamıza neden olur ama yine de o sadakatten vazgeçemeyiz. Hiçbir zaman da vazgeçemedik. Bizim her gün verdiğimiz kavganın aynısını başkalarının verişini izlememizi sağladığı için bu janr bu kadar popüler. Ve bu kadar köklü.

Gruplar, Kurumlar kategorisindeki filmler çoğunlukla gruba yeni katılan birinin bakış açısından anlatılır. O karakter biziz – kendisinden daha tecrübeli biri tarafından dahil edildiği grubun yenisi ve acemisi. *9'dan 5'e*'deki (9 to 5) Jane Fonda ve *Çılgınlar Okulu*'ndaki Tom Hulce örnek verilebilir. Teknolojisi, dili veya kuralları bakımından ortalama seyircinin aşina olmadığı herhangi bir dünyayı filmin girişinde seyircilere tanıttığı için bu karakterler çok değerli olabili-

yorlar. Filmde ciddi ciddi "Bu nasıl oluyor şimdi?" diye sorabilirler, böylece size o şeyin filmdeki önemini herkese açıklayabilmeniz için bir fırsat vermiş olurlar. Bu, bizim gibi sivillere "çılgın" bir dünyanın genellikle nasıl bir yer olduğunu göstermenin bir yoludur.

Bu kategorideki her hikâye sonunda tek bir soruda toplanır: Kim daha deli, ben mi onlar mı? Grup için kendini feda etmenin nasıl delice bir düşünce olduğunu anlamak için *Baba* 2'nin sonunda Al Pacino'nun yüzüne bakmak yeterli. O yüzde ailesinin ve "geleneğin" yararına intihar etmiş bir adam yatar. Nereye sürüklendiğine bir bakın. *Amerikan Güzeli*'nde Kevin Spacey'nin son dakikada öğrendikleri karşısında takındığı ifade kadar şok eder insanı. *Guguk Kuşu*'ndaki ameliyattan sonra Jack Nicholson'ın yüzünün aldığı bomboş hal de neredeyse diğerlerinin bir yansıması gibidir. Neden? Çünkü son derece farklı biçimlerle anlatılsalar, farklı duygular uyandırsalar da aslında hepsi, iletisi aynı olan tek bir filmdir.

Ama böyle işleyebilmelerinin de bir nedeni var.

Hepsi kurallara uymuş.

Ve bize "aynısından ama farklı da olan" bir şey veriyorlar.

Süper Kahraman

"Süper kahraman" janrı Dertli Adam'ın tam zıddıdır. En iyi şekilde tanımlamak da Dertli Adam'ın cümlesini tersine çevirerek mümkün: Sıra dışı biri kendini sıradan bir dünyanın içinde bulur. Gulliver'in Liliputlular tarafından sahilde bağlanması gibi süper kahraman hikâyeleri, bizden bir süreliğine insani niteliklerimizi ve anlayışımızı bir süper varlığa emanet etmemizi, bizim gibi minik insanlarla uğraşmanın nasıl bir şey olduğunu anlamamızı ister. Onca akıllı gencin ve *geek*'lerin çizgi roman okumasına şaşmamalı! Yanlış anlaşılmanın ne olduğunu çok iyi anlayabiliyorlar. O duyguyu paylaşmak için de çok uzağa gitmelerine gerek kalmıyor.

Fakat bu janr, pelerin takıp tayt giyen adamların hikâyelerinin ötesine geçiyor. Bu, Marvel evreninden de DC karakterlerinden de daha fazlası. *Gladyatör* de *Akıl Oyunları* da içinde yaşadıkla-

rı vasat dünya yüzünden zorlanan "insan" süper kahraman hikâyelerine iki iyi örnek. (Üstelik ikisi de Russell Crowe'u öne çıkaran filmler – alın size başka bir "*hımm, ilginç*" anı). İki filmde de asıl sorun, kahramanın etrafını saran akılsız insanlar. Nasıl anlamazlar? Yok, anlamazlar işte. O yüzden "özel" olmak bu kadar zor. *Frankenstein, Dracula* ve *X-Men* bu bağlamda aynıdır. Nihayetinde tüm süper kahraman hikâyeleri "farklı" olmakla ilgili hikâyelerdir. Bizim gibi Liliputluların bile anlayabileceği bir duygudur bu. Kendi yaratmadığı bir dünyaya doğmuş olan süper kahraman, onun kendine özgü bakış açısını ve üstün zekâsını kıskananlarla mücadele etmek zorunda kalır. Zaman zaman hepimiz öyle hissederiz. Bir kez bile olsa veli toplantısında dalga geçilmiş veya bir iş toplantısında aykırı bir görüş belirttiği için küçümsenmiş herkes, Frankenstein'ın canavarı ellerinde dirgenleri ve meşaleleriyle öfkeli bir aptallar güruhu tarafından kovaladığında, canavarla özdeşleşebilir.

Milyoner Bruce Wayne veya dâhi Russell Crowe gibi karakterlere seyircinin sempati duyamaması sorunu, sahip oldukları avantajların beraberinde onlara yaşattığı acılara vurgu yaparak çözülür. Bruce Wayne olmak kolay değil. Yazık, adam işkence çekiyor! Aslında terapiye gitse daha ucuza gelecek ama ("Batman kemeri"ne parası olduğuna göre psikiyatriste de saatliğine 150 dolar verebilir) Bruce Wayne, insanlara destek olmak uğuruna kendi kişisel rahatlığından ödün verdiği için insanlarda hayranlık uyandırır. Bu ayrıca, Süper Kahraman serilerinin devam filmlerinin (*Robocop* 2 gibi) neden ilk filmler kadar başarılı olmadığını da açıklıyor. Her Süper Kahraman *franchise*'ının yaratılış mitinde Süper Kahraman'ın içinde bulunduğu zor durum vurgulanır. Bu bir kez tesis edildiğinde filmi yapanlar aynı sempatiyi yeniden yaratmayı ve bizi Süper Kahraman'ın insani tarafına çekmeyi unuturlar. (*Örümcek Adam* 2 bu hataya düşmemişti, o yüzden de büyük bir hit olmasına şaşırmıyoruz.)

Aslında Süper Kahraman'ı hiçbir zaman tam manasıyla anlayamayız. Onunla kuracağımız özdeşlik gerçekten de yanlış anla-

şılmanın yarattığı zorluğu anlayabilmemizden kaynaklanmalı. Bir Süper Kahraman filmi yazıyorsanız kesip biçip inceleyebileceğiniz çok çeşitli hikâyeler var. Bunca zamandır devam eden bir hikâye türü olması boşuna değil: Kendi potansiyelimize dair en acayip hayallerimizi tetikler ama aynı hayalleri bir tutam gerçeklikle de yumuşatır.

Hollywood'un Küçük, Kirli Sırrı

Bu janr listesini inceledikten sonra eminim bazı filmlerin yapısal olarak birbirleriyle neden aynı olduğunu anlamaya başladınız. Ayrıca bazı filmlerde açıkça başka filmlerden çalınmış şeyler olduğuna sizi ikna eden bir sürü "evreka!" anınız oldu.

Bir şey söyleyeyim mi? Öyle düşünmekte çok da haksız değilsiniz.

Önce Patrick Swayze'nin oynadığı *Kırılma Noktası*'na (*Point Break*), sonra da *Hızlı ve Öfkeli*'ye (*Fast and Furious*) birbakın. Evet, ikisi de vurgularına kadar aynı film. Ama bir tanesi sörfle, diğeri seksi arabalarla ilgili. Bu hırsızlık mı? Hilekârlık mı? Şimdi de *Matrix*'e bakın ve Disney/Pixar hiti *Sevimli Canavarlar*'la (*Monsters, Inc.*) kıyaslayın. Evet. Aynı film ikisi de. Bir milyon tane daha örneği var: *Masum Sanık Roger Rabbit* (*Who Framed Roger Rabbit?*) *Çin Mahallesi*'dir. *Açık Çek, Evde Tek Başına*'ya çok benzer. Bazı durumlarda yapılan hırsızlık bilinçlidir. Bazılarında da sadece tesadüf olur. Ama çoğu zaman hırsızlığın nedeni hikâye şablonlarının işlemesidir. Bu başarının altında yatan neden de mutlaka tekrar edilmelidir. Bu filmlerin her biri, başarılı hikâye anlatıcılığı örnekleri. İçlerinden birçoğu çok büyük hit olmuş filmler. *Hızlı ve Öfkeli*, *Kırılma Noktası*'nın hikâye vurgularını yürüttü diye şikâyet eden birileri var mı sizce? Benimle sizin dışınızda fark etmiş biri var mı? Şüpheli.

Burada açıklığa kavuşturmaya çalıştığım nokta şu: Bu işliyor. İşlemesinin de bir nedeni var. Çünkü hikâye anlatıcılığını yöneten fizik kuralları her zaman, her şart altında işler. Sizin işiniz bu kuralların niye işlediğini ve bu hikâye çarklarının nasıl yerli yerine otur-

duğunu öğrenmek. Eğer çalıyormuşsunuz gibi geliyorsa çalmayın. Klişeymiş gibi geliyorsa eğip bükün. Tanıdık geliyorsa büyük ihtimalle tanıdıktır, o zaman da başka bir yol bulmak zorundasınız. Ama hiçbir şey olmasa bile neden klişeleri ve tanıdık hikâyeleri kullanmanın sizi cezbettiğini anlayın. Kuralların var olmasının bir nedeni var. Bu kuralların sizi sınırlandırdığı hissini bir kez üstünüzden attınız mı ne kadar özgürleştirici olduklarını görüp şaşıracaksınız. Gerçek özgünlük neden kaçtığınızı bilmediğiniz sürece mümkün olamaz.

Özet

Janr konusu, filmleri kategorize etmeyi dayatıyor. Ama romantik komedi veya soygun filmi gibi standart kategorileri kullanmak yerine hikâye türlerini tarif eden 10 yeni kategori yarattık. Bu kategoriler şimdilik üstünde çalıştığınız film fikrinin hikâye mekaniğini tespit etmenize yardımcı olması için ihtiyaç duyacağız tek şey. Bu kategorilere girmeyen istisnalar bulmanıza da gerek yok.

Yoksa bunu yazmakta biraz erken mi davrandım?

Siz bir senaryo yazarısınız. Birinci Bölüm'de de söylediğim gibi iyi senaryo yazarlarının hepsi katır gibi inatçıdır. O yüzden de size biraz önce aktardığım, çalışıp didinerek ve onca yıllık tecrübemle oluşturduğum listeye ne tepki vereceğinizi biliyorum: *İstisnalar peki? Kahvaltı Kulübü* (*The Breakfast Club*) mesela? Geçiş Dönemleri'ne mi yoksa Gruplar, Kurumlar'a mı girer? (Cevap: Gruplar, Kurumlar.) Peki, o zaman *Yağmur Adam*? Altın Post filmi mi Arkadaş Aşkı mı? (Cevap: Arkadaş Aşkı.) Peki, çok biliyorsun sen, hadi bakalım, Ben Stiller'ın *Zırtapoz*'u (*Zoolander*) peki???? (Cevap: O sadece kötü bir film! Aslında benim favori kötü filmlerimden. Ama aynı zamanda da... Süper Kahraman janrının şahane bir örneği.)

Eğer kuralların istisnalarını arıyorsanız, bu bölümün asıl derdini anlamamışsınız demektir. O asıl dert de kategorize etmeyi bir hikâye anlatıcılığı aracı olarak kullanmak. Filmleri bilmek *zorunda-*

sınız. Ama hepsini bilemezsiniz. O yüzden bu iyi bir başlangıç yolu. Üstünde çalıştığınız senaryoyu alın ve en çok hangi kategoriye benzediğini bulmaya çalışın. Belki senaryonuzda tüm kategorilerden anlar vardır? Belki senaryonuzun başında bir tür hikâye anlatmaya başladınız ama sonunda başka bir türe geçtiniz? Onda da bir sorun yok. Yani, günün sonunda, o senaryoyu satacağınızdan şüpheliyim ama hepimiz yaşayarak öğreniyoruz. Senaryo yazarıyız biz! Olayımız acı çekmek!

Mesele ilerlemek istediğiniz janrdaki dilin, ritmin ve amaçların uzmanı olmanız. Hangi janrda olduğunuzu bilir, kurallarını öğrenir ve neyin elzem olduğunu keşfederseniz daha iyi ve daha tatmin edici bir film yazarsınız.

Ve satma şansınız da artar.

Bu janrların şahane bir tarafı da –en azından bana göre– çok ilham verici olması. Hepsini yan yana dizip bakmak, köklerini görmek –çoğu zaman eski ve bilindik masallara kadar gidiyor– "Aynısından ver bana... Ama farklı olsun!" işinin yeni olmadığını gösteriyor. *Jaws* sadece Antik Yunan miti Minotauros'un hatta ortaçağdaki ejderha avcısı efsanelerinin başka bir biçimde yeniden anlatılması. *Superman* sadece modern Herakles. *Geyik Muhabbeti* de sadece Chaucer'ın *Canterbury Hikâyeleri*'nin güncelleştirilmiş hali değil mi? İster hikâye anlatıcılığının sinemadaki son 100 yılından olsun ister 1000 yılından, yaratmaya çalıştığınız hikâyenin köklerini bilmemek işinizin geleneklerine ve temel amacına saygı göstermediğiniz anlamına gelir.

Hikâye anlatıcılığı *tarih boyunca* "Aynısından ver bana... Ama farklı olsun!"dan ibaret olmuştur. Ama önemli olan eski hikâyeleri eğip bükmek, günümüze yaklaştırmak ve hikâyelere kendi çağdaşlarımız için de yeni anlamlar kazandırmak. Bu, ustalaşmamız gereken ve zanaatımızın tüm yönlerine uygulamamız gereken bir beceri. Bir sonraki bölümde de bütün bu harika arka planı alıp, en önemli kısmı nasıl kuracağımızı tartışacağız. Yani kahramanımızı.

Alıştırmalar

1. Gazetenizin sinema köşesini açın. Oynayan her filmi inceleyin ve hangi janra girdiğine karar verin. Eğer gidip filmi izlerseniz, o janrdaki diğer filmlerle kıyaslayıp karşılaştırın. O filme yakın hissetmenizin nedeni türü müydü?
2. Elinizin altında hazır bekleyen TV rehberinizi kapın ve filmlerin *logline*'larına bakın. Listeyi baştan sona tarayın, izlediğiniz filmleri işaretleyip hangi janra girdiğini yazın. (Yukarıdaki kategorileri kullanın ve izlemiş olduğunuz her filme sadece bir sayı verin.) İşliyor mu? Listelenmiş her film bir janra giriyor mu?
3. Şu an üstünde çalıştığınız film fikrinin ya da senaryonun hangi kategoriye girdiğine karar verin. Sonra o janrdaki diğer filmlerin bir listesini yapın. Ev ödevi olarak da en yakın Blockbuster'a[9] gidip o listeden hangi filmlerin mevcut olduğuna bakın. Filmleri birbirleriyle kıyaslayıp benzerlikleri ve farklılıklarını not edin. Fikrinizin ya da bitmiş senaryonuzun ne tür bir film olduğunu daha iyi açıklayabiliyor musunuz?
4. Son olarak, aranızda kuralların istisnalarını bulmaya meraklı olanlar kendi janrlarını uydurup bir isim verebilirler. Bu janra ait başka üç film daha bulun. Peki, beş tane bulabilir misiniz? Belki de *yeni* bir janr keşfetmişsinizdir!

Eğer yepyeni bir kategori bulursanız Birinci Bölüm'ün Alıştırmalar kısmında yazan e-posta adresime yazıp bana gönderin. Eğer gerçekten iyi bir şey bulduysanız, belki kitabın sonraki baskılarına bile eklerim.

[9] Özellikle 90'larda Amerika'da ve dünya çapında ün kazanmış video/DVD kiralama dükkânı zinciri. (ç.n.)

Üçüncü Bölüm
Hani Bir Adam Varmış da...



Filminizin ne hakkında olduğunu çözmenizin bir sonraki adımı filmin *kimin* hakkında olduğunu keşfetmenizdir.

Çok bilgili ve yaşlı babamın da dediği gibi, "Bana şu hikâyeyi anlatsana, hani bir adam varmış da..."

Ne zaman film fikrini satmaya çalışan bir senaryo yazarını dinlesem, konseptten sonra "Hani bir adam varmış da..."nın öyle ya da böyle bir versiyonunu mutlaka duymak isterim.

Neden peki?

Herhangi bir fikri aktarmaya çalışmak neyse, bu da öyle bir şey. "Kim", bizim içeri giriş yolumuz. Biz, yani seyirciler, izlediğimiz şey ister epik bir sinema filmi isterse Tide deterjan reklamı olsun, "kim"e yoğunlaşır, kendimizi o her "kim"se ona yansıtırız. "Kim" bize özdeşlik kurabileceğimiz birini verir – ve o biri bir insan olmak zorunda bile değildir. Neden bütün o Jack-in-the-Box reklamlarındaki Jack karakteri gibi maskotlar ve marka yüzleri – ya da konuşan herhangi bir kurumsal simge– bizi satılan ürünün "hikâyesi"ne çeker? Çünkü biri orada durup bizim yerimize bir şeyi tecrübe ettiğinde bir fikri aktarmak kolaylaşır. İster *Arabistanlı Lawrence*'ta Akabe'ye "*karadan!*" nasıl saldıracağını çözmeye çalışan Lawrence olsun ister başının ağrısının ne zaman geçeceğini merak eden, işi başından aşkın, zamanının çoğunu çocuklarını türlü aktivitelere götürmeye ayıran annenin oynadığı Tylenol reklamı ol-

sun, bizi hikâyenin içine çekme prensibi hep aynıdır.

Harika bir film fikri olan senaryo yazarları olarak, seyirciyi cezbedip bizim dünyamıza çekecek kahramanlar yaratmak başka hiçbir işe benzemez. Hedef piyasamızda anlamlı bulunacak, seyircilerimize benzeyen kahramanlar yaratmalıyız. Bu kahramanlar AYNI ZAMANDA hikâyemizin ihtiyaç ve amaçlarına da hizmet etmelidir. Ve iş en baştan, ya "birini" ya da bir "şey"i kullanarak seyirciye olta atan harika *logline*'ınızla başlıyor. Bu yüzden her *logline*'da, haydi her iyi *logline*'da diyelim, mutlaka bir iki sıfat olur: Hani risk almaktan kaçınan bir öğretmen varmış da... Hani agorafobik bir stenograf varmış da... Hani muhallebi çocuğu bir bankacı varmış da... Aynısı karşı karakter için de geçerli. Onun da aşırı korumacı bir polis, megaloman terörist veya adam öldürmeye meyilli bir fırıncı diye tarif edilmesi şart. O zaman "mükemmel" *logline*'ın sahiden karşı konulamaz bir hale gelmesi için içinde olması gerekenler listesine birkaç şey daha ekleyelim:

- Kahramanı tarif edecek bir sıfat
- Kötü adamı tarif edecek bir sıfat ve...
- İnsani bakımdan kendimizi özdeşleştirebileceğimiz çok güçlü bir amaç

Kimi takip edeceğimize dair sırf bu kadar kısa tasvirler –bir de kahramanımızın amacına ulaşmasına engel olmaya çalışan bir kötü adam– verdiğinizde bile biz filmin neye benzediğini gösteren bir kare yakalamış oluyoruz. Böylece hikâyeyi anlayabiliyoruz, hikâyeyle ilgilenmeye başlıyoruz ve hikâyeyi takip edebiliyoruz. Ama tüm bunları nasıl başaracağız? Hem "şahane" hikâyemizin gerekliliklerini karşılayıp HEM DE onu satabilmek için "doğru" karakterleri nasıl yaratacağız?

Kimin Hakkında?

Her filmin, –John Travolta'nın "başrolünde" olduğu *Ucuz Roman* (*Pulp Fiction*) veya Woody Allen'ın "başrolünde" olduğu *Suçlar ve Kabahatler* (*Crimes and Misdemeanors*) gibi çok karakterli ansambl

filmlerin bile– mutlaka bir ana karakterinin olması şart. Filmin birisi hakkında olması lazım. Dikkatimizi yoğunlaştıracağımız bir ya da iki ana kişi olmalı, onlarla özdeşleşebilmeli, onların tarafını tutmak istemeliyiz – ve bu kişi veya kişilerin filmin temasını sırtlanabilmesi gerek.

Bu tür bir karakter yaratmak, bir ansambl filmi yazarken bile onu diğer karakterlerden ayrı tutmak son derece önemlidir. Ancak kahraman her zaman aklımıza gelen ilk şey ya da "kesin tutacak" dediğimiz bir film fikri yaratmaya giden tek yol olmak zorunda değil. Bunu söylemekten nefret ediyorum ama ben yeni bir senaryoyu yazmaya çok nadiren "kim" sorusunu düşünerek başlıyorum. Çoğu zaman önce aklıma fikir geliyor. Eğer kahraman, kendiliğinden fikrin bir parçasına dönüşüyorsa, üstümüze talih kuşu konmuş demektir. Başkaları size başka türlü anlatabilir, benimki zaten sadece kişisel bir yaklaşım ama bence "kim" sorusunun "neymiş?"e hizmet etmesi gerekiyor – tersi değil. O mükemmel fikri, başarılı olacak o satış sunumunu ve seyirciye atacağınız o mükemmel oltayı bulduysanız ama tam olarak "kim"e yanıtınız yoksa doğru karakterler ve özellikle de hikâyenin kahramanıyla fikrinizi geliştirmeye başlamanın zamanı gelmiş demektir.

Her şey "Neymiş?" sorusuna verilecek cevabın daha iyi işlemesini sağlamak için.

Birçok durumda hikâyenin kiminle ilgili olduğunu, aksiyonu nasıl birinin yönlendirdiğini çözmenin sırrı orada, *logline*'ınızda saklıdır. Sattığım senaryolarda pek çok kez başlangıç konseptim bana bir yol haritası verdi. Üstüme düşen tek iş de ona açıklık kazandırmak oldu. Colby Carr'la birlikte Disney'e sattığımız komedi filmi *Poker Gecesi*'nin (*Poker Night*) satış unsuru karakterleriydi: "Bir hafta sonu. Ev sonunda kılıbık kocaya kalır ama evi pokerde ahlaksız bir kumarbaza kaybeder." Film, "*Riskli İş*'in (*Risky Business*) babalı versiyonu"ydu. Başka bir şey dememe gerek var mı? Konsepti daha iyi hale getirmek için yapmamız gereken tek şey kahramanla kötü adam arasındaki dengeyle oynamak ve filmi baba karakte-

rinin kılıbık bir adamdan güçlü birine dönüşmesi hakkında olacak şekilde değiştirmekti.

Yazıp Universal'a sattığımız başka bir komedi *Üçüncü Sınıf*ın da (*Third Grade*) önermesi aynı şekilde basitti. Film, üçüncü sınıfa dönmek zorunda kalan yetişkin bir adamın hikâyesini anlatır. Kahramanımız eski okulunun önünden hızla geçip radara takılınca, hâkim tarafından biraz terbiye öğrensin diye üçüncü sınıfa dönmeye mahkûm edilir. Basit bir fikir değil mi? Ama bu duruma sokulacak en uygun kişi kim olabilir? Bu cezaya kimin çarptırılması en komik çatışmayı ortaya çıkarır? Bu cezayla hangi kahraman en uzun yolculuğa çıkar? En büyük dersi çıkarması gereken kahraman kim olabilir? *Bahisleri alalım*. Kahraman, geliştirme sürecinde netliğe kavuştu. Buradan asıl ders çıkarması gereken kişinin hâlâ büyüyememiş biri olması gerekiyordu. Dışarıdan bakıldığında başarılı bir işadamı; işte terfi aldı alacak – çocuklar için şiddet içeren oyunlar tasarlıyor (ironik, değil mi?); ama İnsan Olma Okulu'nda öğrenecek daha çok şeyi var.

Kendisi henüz farkında değil ama üçüncü sınıfa dönmeye *ihtiyacı var* bu adamın. Bu kadar hak ettiği dersleri komik bir biçimde ona verebilecek tek şey bu macera olabilir. Küçük, tatlı bir film fikri bu. Afişi de filmin önermesinde gizli: Minicik bir sıraya sığmaya çalışan Armani takım elbiseli, cep telefonlu bir adam. Ama etrafını kontrolden çıkmış dokuz yaşındaki çocuklar sarmış, sırtına da belki bir "Tekmele Beni" yazısı yapıştırılmış. Anladınız mı? E, tabii ki anladınız. Ama eğer bu yolculuğa çıkacak mükemmel kahramanı bulamasaydık, birini üçüncü sınıfa geri yollama numarası hiçbir anlam ifade etmezdi.

Logline'ı Güçlendirmek

Çoğu kez baştaki harika fikriniz, o fikri en iyi biçimde satacak karakteri yaratmak için yapmanız gerekenlerin sadece ipuçlarını verir. Fikri işler hale getirmek için çoğu zaman karakterlerle oynamak gerekiyor. Bu sayede karakterinize en büyük çatışmayı, çıka-

cağı en uzun yolculuğu ve en köklü amacını verebilir, böylece fikrinizin yaratabileceği en büyük etkiyi yaratması için onu "güçlendirebilirsiniz". Daha iyi anlayabilmek için Birinci Bölüm'de yer alan *logline*'larımıza bakıp o fikirlere başka "kimler"i yakıştırabiliriz diye kurcalayalım.

Zoraki Tatil'in *logline*'ından öğrendiğim tek şey, iki ana karakterin genç bir çift olduğu. İkisi de boşanmış, sonra yeniden evlenmiş ailelerden geliyorlar. Bir Noel gününde ailelerinin dördünü de ziyaret etme meselesi de buradan çıkıyor. Tahminim bu çiftin sonsuza dek birlikte olmak istedikleri ama başından beri de birtakım sorunlar yaşadıkları yönünde. Ailelerinden ve içinde büyüdükleri problemlerden sakınıyorlar. Boşanmak da istemiyorlar. Ama belki de her şey öyle güllük gülistanlık değildir: Daha yeni evliler! Bu Noel günü de onların sınavı olacak. Anne babalarının yolundan mı gitmek istiyorlar? Yoksa kendi yollarından gidip kalıcı bir bağ kuracak ve hiç boşanmayacaklar mı? Elbette senaryoyu hiç okumadım. Yazarlar ne yapmaya karar verdiler hiçbir fikrim yok ama *ben olsam* böyle yapardım.

Ailelerine rağmen birbirlerine bağlı kalmak ve sonsuza dek aşklarını korumak gibi bu kadar derin ve temel bir dürtü söz konusu olunca, birden bu çift, desteklemeye değer bir çift haline geliyor. İşte izlemek isteyeceğim bir film. Çünkü bu karakterler başarsın istiyorum. Çok hızlı bir biçimde, bu "basit" önerme gerçek bir anlam kazanıyor. Hikâye için "doğru" karakterleri tespit etmekle kalmayıp onlara bir de film boyunca gidecekleri, karakterlerinin içinden çıkan, başı sonu belli bir yolculuk verdik. Ancak ŞİMDİ hikâye eşittir karakterler diyebiliriz. *Siz bir de alt tarafı komik bir afiş deyip geçmiştiniz!*

Zor Biraderler'in fikrini parlak bulmamın asıl nedeni satış sunumunda yaratılan imajda da kullanılan sıfatlar oldu. "Risk almaktan kaçınan" bir öğretmen, "aşırı korumacı" bir polis olan kayınbiraderine devriyesinde eşlik eder, amaçları da köklüdür: İkisinin de üstüne titredikleri kadının sevgisi. Ben bu sıfatlardan hikâyenin

tam olarak nereye gideceğini anlıyorum. Öğretmen için zorlu bir sınav söz konusu: Korkularını yenebilecek cesareti bulup güçlü ve mert polislerin "gerçek" dünyasında nişanlısıyla evlenme izni alabilecek mi? Eğer kadını gerçekten seviyorsa, alacak.

Ama şimdi aynı "birine eşlik etme" fikrini alıp iki karakterin yerine farklı karakterler koymayı deneyelim. Temel önermeyi istediğimiz herhangi bir şeye dönüştürebilsek ne olurdu? Kız kardeşe kur yapan genç öğretmen değil de eski bir Yeşil Bereli olsaydı ne olurdu? Eh, bambaşka bir film oldu. Filmin aklımda canlanan gelişimini bozdu. Şimdi komik çatışmayı ortaya çıkarmak için polisi ödlek yapmanız gerek. Onu Barney Fife[10] gibi bir karakter yapalım. Bu sefer kayınbiraderi *ona* Körfez Savaşı hatıralarını anlatarak, savaş sonrası travma yaşayan askerler gibi uzaklara dalıp boş boş bakarak bir şeyler öğretsin. Büyük ihtimalle tehlikeli bir göreve eşlik etme fikri bu sefer Yeşil Bereli'den çıkar. Birdenbire *çok* farklı bir film olmadı mı? Ama bu da gidilebilecek bir başka yol. İyi bir fikir bulsanız bile yanlış karakterlerle o iyi fikri nasıl tamamen mahvedebileceğinizi gösteriyor sadece. Bence en iyi işleyen hali, orijinal fikir.

İnziva örneğinde de yazarların büyük ihtimalle doğru olanı yaptıklarını, yine devreye giren sıfatlardan anlıyoruz. Mevcut karakter dağılımına göre film, daha ağzı süt kokan ("genç" diye de okunur) bir şirket çalışanının, kurumsal hayata ilk adımını tüm şirketle gidilen hafta sonu inzivasında atması ve orada da birisinin onu öldürmeye çalışmasıyla ilgili. Komik! Ama haydi aynı önermeyle başka hangi yönlere gidilebileceğini anlamak için karakterle biraz oynayalım. Farz edelim ki hafta sonu inzivasına giden kişi, 20 yıldır şirkette çalışan, altmış beş yaşında ve emekli olmak üzere olan biri. Peki. Şimdi film, emeklilik ikramiyelerini alamadan personel sayısında gerçek manada "azaltmaya" giden bir şirketin hikâ-

[10] *The Andy Griffith Show*'da Don Knotts tarafından canlandırılan bir karakter. En masum durumlarda bile bir suç unsuru bulup kendi kendi i dehşete düşüren, korkak bir polis. (ç.n.)

yesi oldu. Temel olarak fikir aynı: Şirketçe inziva, bir dizi cinayet girişimi, niye hedef alındığını bilmeyen bir paranoyak. Ama yolculuk bambaşka. Filmin kıssadan hissesi de. Ve seyirci de. Çünkü *kimse* bu filme gitmez. Bundan olsa olsa Jack Lemmon'ın oynadığı bir bağımsız film olurdu. Ama Jack de, şey, öldü.

Mesele, zaten çok iyi olan bir *logline*'ı, o fikrin en iyi şekilde işlemesini sağlayacak olan kahramanla güçlendirmek. Fikirler hayata böyle geçiyor. Açıkça söylüyorum; işin sırrı...

- Verilen durumda *en büyük çatışma*yı vaat eden,
- Duygusal olarak katedilecek *yolu herkesinkinden uzun olan* ve...
- *Demografik olarak hoş* kahramanlar yaratmak!

Kırk yaşımı aştığım için bu son maddeyle ilgili özel bir tecrübem var. Bu günlerde film kahramanlarımı düşünürken kendimi hep tutmam gerekiyor. Bana göre artık *herkes* kırk yaşında. Kahramanların da hepsi, en azından benim kişisel olarak yakın bulduklarım, şimdi (bana göre) "varoluşsal kahramanlar" – biraz hayattan usanmış ama yine de cesur bir biçimde bilge. *İşte! Evet!* O filme gidecek seyirci de...şey, yalan da söylemeyeyim; yok. (Ama eğer çekilirse Fransızlar beni dâhi diye göklere çıkarır.)

Ne zaman kendimi Tim Allen, Steve Martin veya Chevy Chase için başroller düşünmeye kaptırmış bulsam, kendimi tutup aslında nerede olduğumu hatırlıyorum: Gençlik takıntılı Hollywood. Bu adamlar bir ansamblın parçası olarak iyiler, "dört dörtlük" bir aile filminde şahaneler ama başrol olarak? Asla. Peki, haydi nadiren diyelim. Bir kez kendimi tutmayı başarıp bir şeyleri değiştirmeye çalışmaktan vazgeçince bulduğum çözüm; o varoluşsal ikilemleri olan karakteri bir genç yapmak, kriz yaşayan evli çifti de *yirmili yaşlarında*ki evli bir çifte dönüştürmek oldu. Filmlere o gruptan seyirciler gidiyor. Seyirci kendi semtindeki sinemaya gittiği zaman ekranda görmek istediği kahramanlar da böyle kahramanlar.

Bükemediğiniz eli öpün!

Hayal ettiğim karakterlerin yaşları meselesi benim kendi kör

noktam; sizinki başkadır. Ama işimizin ne olduğunu aklınızda tutun: Büyük pazar, dünyanın her yerindeki herkese uygun yüksek konseptli bir afişi olan filmler. Sırf siz ya da arkadaşlarınız bir trendin ya da geçici bir hevesin peşindesiniz veya belli insanları seviyorsunuz diye başkalarının da sizinle aynı fikirde olacağını düşünmeyin. Bir seferinde gerçekten bir yazar bana "Julio Iglesias'ı parlatacak" –yemin ederim!– şahane filmi için satış sunumu yaptı. Bu filmin açılışına *herkes* kesin koşarak gelir, değil mi? Bense *peko sanmıyoro* Julio. O yüzden dışarı çıkıp film fikirlerinizi gerçek dünyada, gerçek insanlara anlatıp onlardan tepki almanızın üstünde duruyorum.

Bu kör nokta tartışması eskiden babamın anlattığı, en sevdiğim hikâyeyi hatırlatıyor. İşe ilk başladığında reklamcılık yapıyormuş. Bir defasında da bir müşteriye pazar günleri TV'de reklam kuşağı satmaya çalışmış. Müşteri –pek de zengin bir adam– kızıp teklifi reddetmiş. Çok da geçerli bir nedeni varmış: "Pazar günü kimse evde oturup TV izlemiyor ki" diye açıklamış. "Herkes dışarıda polo oynuyor!"

İşte hepimize bir perspektif dersi.

İçimize Kök Salmış Temel Dürtüler

Kitap boyunca altı çiziliyor ama bir daha söyleyeceğim:

Köklü, köklü, köklü!

Kahramanınızı buldunuz. O kahramanın motivasyonu, başarması gereken şey basit olmalı. X ne istiyor? X terfi istiyorsa, sevgilisiyle evlenebilmek için ya da kızının ameliyatı için gerekli parayı biriktirebilmek için istesin. Eğer bir düşmanla karşı karşıya gelecekse de iş hayat memat meselesi bir karşılaşmaya varsın. Arkadaşça bir tükürük kavgasıyla olmaz.

Neden?

Çünkü kök salmış temel dürtüler bizim ilgimizi çeker. Hayatta kalmak, açlık, cinsellik, sevdiklerimizi korumak ve ölüm korkusu bizi ele geçirir.

En iyi fikirler ve başrollerdeki en iyi karakterlerin temel ihtiyaçları, istekleri ve arzuları olmalıdır. *Köklü, köklü!*

Bana inanmıyor musunuz?

O zaman üç *logline*'ımıza bakıp her birinin köklerini çıkaralım ve bakalım filmleri izlemek için duyduğumuz istek nasıl solup gidiyor:

Zoraki Tatil'deki çiftin evli olmadığını farz edelim. Farz edelim ki sadece arkadaşlar, birlikte büyümüşler ve her yıl Noel'i birbirlerinin aileleriyle geçiriyorlar. Bu da aynı önerme. Ama içinden seksi çıkarın. Ne kaldı elinizde? Risk yok. Tehlikede olan bir şey yok. Hâlâ komik. Hâlâ aynı fikir. Ama onlara taraf olmamı sağlayacak köklü bir ilgi duymuyorum. *Geçtik!*

Zor Biraderler'den kız kardeşi/nişanlıyı çıkarmayı deneyin. Farz edelim ki aptal öğretmen bir polise –herhangi bir polise– eşlik etmeyi kabul ediyor. Bu sefer oynadığım kart oyununda elimde temel kartlardan biri var: Hayatta kalmak. Öğretmenin hâlâ geceyi ölmeden atlatması gerekecek, ölüm riski de hâlâ geçerli. Ama polisin kardeşi/öğretmenin nişanlısı amaç olduğu zaman, alınan risk daha köklü. Yine, İkinci Bölüm'deki örneklerde olduğu gibi, bu da sanki bir gezgin şövalye hikâyesi değil mi? Fakat hikâyenin işlemesinin nedeni, ister günümüzün kahramanlık hikâyesi olsun ister ortaçağın, ödülün prenses olması.

Bir tane daha. İyice sindirmek için.

İnziva. Tehlikeyi çıkaralım. Farz edelim ki hiç cinayet olmuyor. Farz edelim ki yeni yöneticiye yapılan her şey eşek şakasıymış. E, risk nerede kaldı? Bu fikri işletebilmeniz için ölüm tehdidine ihtiyacınız var. Diğer türlü kurumsal eğitim filmi olur ya da daha fenası. Bir varoluş metaforu.

Ve evet, bunların hepsi kahramanınızla ilgili. Alınacak riskler, kaybedilecek şeyler verin ona. Gerçek riskler. Temel riskler. O kadar asli olsunlar ki anlayabilelim. Kahramanınız gerçek ve basit bir şey istesin: hayatta kalmak, karnını doyurmak, seks yapmak, sevdiklerini korumak, ölümden kaçmak.

Senaryoların karakter dağılımında en çok karı-koca, baba-kız, anne-oğul ve eski kız arkadaş-erkek arkadaş hikâyelerinden etkileniyoruz. Neden? Çünkü bu insanlar hepimizin hayatında! "Baba" dediğiniz an, gözümde *kendi* babam canlanıyor. "Kız arkadaş" diyorsunuz, gözümde *kendi* kız arkadaşım canlanıyor. Hepimizin hayatındalar, o yüzden de dikkatimizi çekiyorlar. Bunlar anında dikkat çeken karakterler çünkü bu insanlara, hatta o kelimelere bile verdiğimiz, içimize kök salmış bir tepki var! O yüzden şüpheye düştüğünüz an, karakterlerinizi oturtabildiğiniz en köklü, en derin resme oturtun. Bizimle ilişkili hale getirin. Her mağara adamının (kardeşinin de) anlayabileceği bir şey yapın.

Benimle birlikte tekrar edin şimdi... *köklü* hale getirin!

Kahramanınızın Kastını Yapmak

Çok bilen bir senaryo yazarı olmanın tehlikesi oyuncular arasında kimin bir sonraki filmi için nasıl bir rol aradığını da bilmektir. Adam şimdi dram yapmak istiyor – *Oscar*'ı da olsun diye. Jim de. Steve de. (*Bir Konuşabilse*'den (*Lost in Translation*) sonra herkes!) Ayrıca herkesin son filmini izledik, yapım aşamasında olan sıradaki filmin ne olduğunu belki biliyoruz belki bilmiyoruz ama yazdığımız senaryoda hangi oyuncunun mükemmel olacağını bildiğimizi *düşünüyoruz*.

Şimdi hemen burada söyleyeyim: *Bilmiyoruz*!

Bunların hepsi şunları uzun uzun söylemenin bir yolu:

- Senaryoyu satmadan filmin kastını *yapmayın*!
- Belli oyunculara göre roller *yazmayın*!
- O rol için düşündüğünüz tek bir oyuncuya bağlı *kalmayın* – *hep* hayal kırıklığı olur.

Hayalimizdeki senaryoyla hayalimizdeki kastın bir araya gelmesi çok nadiren yaşanan özel bir durum. Bunu da insan yaşayarak nasıl öğreniyor, örnekleyeyim size:

Harika yazar Sheldon Bull'la 2004'te çok eğlenceli bir komedi yazdık. Farz edin ki ABD Başkanı'nın helikopteri düşman hattı-

na düşmüş. Farz edin ki Usame bin Ladin'i ele geçirmeye zorlanıyor – hem de tek başına. Önermemiz buydu. "İçindeki lider"i keşfeden bir başkanın hikâyesi. "*Galaksi Macerası* (*Galaxy Quest*) gibi ama George W. Bush da var. Harika, değil mi? Filmimizin şahane bir adı bile vardı: *Korkak Şahin Düştü* (*Chickenhawk Down*)[11]. O senaryoyu satamama nedenimiz şu: Başkan rolünü oynayabilecek iki oyuncu filan var. Başrolü. Ayrıca gerçekten de filme ilk haftasında seyirci getirecek kimse yok. İlk tercihimiz Tim Allen'dı. Peki... *başka?* Kasting konusunda kendi kendimizi köşeye sıkıştırmıştık. Evet, komik. Evet, harika bir hikâye. Evet, günün birinde yapılacak (yapılacak dedim!) ama şimdilik orada öyle yatıyor. *Cırcırböceklerini duyuyor musunuz?*

Biz profesyonel senaryo yazarlarıyız, böyle olacağını bilmemiz lazımdı. Ama kendimizi fikrimize o kadar kaptırdık ki (*ya, gördünüz mü!?*) sonunu düşünmedik. Asıl mesele kendinize kasting için alan bırakmak. Başrol karakterlerinizi birçok oyuncu oynayabilmeli. Hepsi de filmin ilk hafta gişesini sırtlanabilmeli. Bu da genç oyunculara gösterilen yoğun talebin bir başka nedeni: O kadar çok var ki! Ayrıca hayır, oyuncuların nasıl roller aradığını bilmiyorsunuz. Menajerlerinden duymanız bile bildiğinizi göstermez. Oyuncunun kendisi gözünüzün içine bakıp yapmak istediği bir sonraki filmin bir komedi, *en çok* oynamak istediği rolün bir öğretmen olduğunu söylese bile. Yalan söylüyor. Oyuncu o. Elbette tatlı, çekici insanlar ama safkan at gibiler; oldukları yerde duramazlar.

Bir sonraki filmlerinde hangi rolü oynamak istediklerini de bilmiyorlar.

Siz de bilmiyorsunuz.

Oyuncu Arketipleri

Bunları söylemişken, bir de şu var: Neden bazı oyuncular tekrar tekrar belli rollerde oynuyorlar? İkinci Bölüm'de de biraz de-

[11] Snyder, ***Kara Şahin Düştü*** (*Black Hawk Down*) filmine gönderme yapıyor. (ç.n.)

ğinmiştik: Sinema tarihi boyunca birçok büyük film yıldızının bir tür rolü çok iyi oynadığını görürsünüz. Marilyn Monroe, Clark Gable ve Cary Grant'i düşünün. Şimdi bir de Jim Carrey'i, Russell Crowe'u, Julia Roberts'ı ve Sandra Bullock'u... Sebebi bu oyuncuların tek bir rolden başka bir şey oynayamayan kötü oyuncular olması değil. Ekranda bizim belli arketipleri görme ihtiyacımız filmlerin işlemesini sağlıyor, hepsi bu. Şimdilerde de bu arketipleri oynayan oyuncular, aynı arketipleri yıllar önce oynamış oyuncuların yerlerini alıyorlar.

Russell Crowe, Errol Flynn değil mi? (Geldikleri ülkeler bile yakın!)

Jim Carrey, Jerry Lewis.

Tom Hanks, Jimmy Stewart.

Sandra Bullock, Rosalind Russell değil mi?

Bunun nedeni de zihnimizde yer alan bu bilinçdışı yaratımları görme ihtiyacımızın ekranda karşılanması. Biz, bu oyuncuların temsil ettikleri Jung'çu arketipleri görmekle ilgileniyoruz. Eğer film yıldızlarını değil, her zaman arketipleri düşünerek yazarsanız, kasting zaten hallolur. Tam anlamıyla Jung'cu sayılmasa da (Jung'dan da A'yla geçmiştim ama) kullanmanız için size Synder'cı arketipler vereyim:

- "Yükselişe geçen genç adam" arketipi var – çok Amerikan bir karakter. Harold Lloyd, Steve Martin (zamanında), Adam Sandler ve her dünyanın adamı Ashton Kutcher bu arketipler arasında. Horatio Alger hikâyelerini andıran, biraz salak ama azimli bu arketip türünün kazanmasını hepimiz isteriz.
- "Baştan çıkarılmış iyi kız" arketipi var – kalbi temiz, şipşirin: Betty Grable, Doris Day, Meg Ryan (zamanında), Reese Witherspoon. Yükselişe geçen genç adam arketipinin kadın karşılığı.
- "Afacan", "zeki ve becerikli çocuk" arketipi – Jackie Coogan, MacCauly Culkin, hatta onların kötü ikizleri de "şeytan ço-

cuk" arketipi oluyor. Yani Patty McCormick.

- "Seks tanrıçası" arketipi – Mae West'ten Marilyn Monroe'ya, Bridget Bardot'dan Halle Berry'e...
- Bunun erkek versiyonu "kaslı, seksi adam" – Rudolph Valentino'dan Clark Gable'a, Robert Redford'dan Tom Cruise'a, Viggo Mortensen'dan Diesel ailesinin medarı iftiharı Vin Diesel.

Liste böyle gidiyor. "Son bir kurtarma operasyonu için geri dönen yaralı asker" arketipi var: Paul Newman'dı, şimdi Clint Eastwood oldu. "Dertli seks bombası" arketipi var: Veronica Lake, Angelina Jolie. Bir de sevimli züppeler var: Cary Grant, Hugh Grant. Saray soytarısı var: Danny Kaye, Woody Allen, Rob Schneider. Bilge büyükbaba var: Alec Guinness, şimdi de –aynı sakal, aynı cübbeyle– Ian McKellen.

Sihirli cücelerle üçkâğıtçılar, kahramanların yardımcılarıyla konuşan hayvanlar, evde kalmışla büyücüler, Falstaff'larla[12] cimriler – hepsi sürekli karşımıza çıkıyor. Tekrar tekrar. Karakterler aynı, hikâyedeki fonksiyonları aynı. Belli başlı hikâye türlerinin tarihini bildiğiniz gibi karakterlerinizin soylarını ve atalarını da bilmeniz şart.

Kast yapılırken kimin seksi olduğunu anlamak için Joseph Campbell olmanıza gerek yok; arketipler hiç değişmez. Bu arketiplerden her birinde, tekrar tekrar görmek istediğimiz bir hikâye eğrisi var. Bütün mesele, aklımızın bir köşesinde taşıdığımız şeylerle ekranda gördüğümüz şeyleri eşleştirmek. Kazanmayı kim hak ediyor? Neden? Kim ceza almalı? Neden? Siyaseten doğruculuğun, trendlerin, geçici heveslerin dayatmalarına rağmen nefret ettiğimiz karakterler için adalet yerini bulsun, hayran olduğumuz karakterler de zafere ulaşsın istiyoruz. Bu kahramanların hikâyeleri ve o hikâyelerin işlemesini sağlayan matematiksel denklemler çoktan DNA'mıza işlemiş durumda. Sizin işiniz, çok basit bir

[12] Beş Shakespeare oyununda adı geçen komik ve yardımcı bir karakter. (ç.n.)

görev, yıldızları unutup arketiplere odaklanmak ve arketipleri yeni bir hale getirmeye çabalamak.

Özel Durumlar

Şimdi de okurlarım arasındaki katırlar için istisnalara gelelim. Lineer ve anlaşılması kolay bir kahraman yaratmayı aşağı yukarı anlıyoruz. Ama özel durumlarda ne olacak? Ansambl olunca? Biyografik filmlerde? Karakterleri bizimle alakasız masallardan gelen çizgi filmleri ne yapacağız?

Peki.

Evet, özel durumlar her zaman var. Ama tüm bu örneklerdeki kahramanı bulmak için kullanacağınız metot, herhangi bir orijinal film cümlesinde ya da senaryoda kullandığınızın aynısı.

Biyografiyi ele alalım. Birinin hayat hikâyesini verdiler size, sizin de şimdi ondan bir film çıkarmanız gerekiyor. Eğer kahraman pek de öyle hoşlanılacak biri değilse ne olacak? Ya da yaptığı şeyler takdir edilecek gibi değil diyelim, ee o zaman? *Kinsey* filmine bakalım. Cinsellik alanında yaptığı çalışmalarla öncü olmuş ünlü Alfred Kinsey'i tanıyanlarınız, filmin senaryo yazarının (yönetmeni Bill Condon'ın da) karşılaştığı sorunu da tahmin edecektir. Kinsey tuhaf biriydi. Cinsellik çalışmalarını arkadaşları ve komşuları üstünde gerçekleştirdi, karısını gözetledi, denekleriyle çoğu insanın sakıncalı bulacağı biçimlerde ilgilendi. Bu hikâyedeki kahramanı bulmak aynı zamanda "kötü adamı" da bulmak anlamına geliyor. Ama *Larry Flynt: Skandalın İsmi*'nde (*The People vs. Larry Flynt*) olduğu gibi porno ustası ve *Hustler* dergisinin yayıncısı Larry Flynt'in hayatından bile film çıkarıp ondan kahraman yaptılarsa siz niye aynı formülü uygulamayasınız? Condon'ın yaptığı şey tam da buydu.

Akıl Oyunları'nın yazarları da matematikçi John Nash'te aynı sorunu yaşadılar ve kolay yoldan kahramanı daha sevilesi bir hale getirmek için John Nash'in hayatının bazı gerçeklerini geçiştirmeyi tercih ettiler. Aşk hayatının kahramanlığa yakışmayan yönleri-

ni attılar, gerçek hayattaki iki karısını da filmin devamlılığını sağlamak adına birleştirip tek bir insan yaptılar. Böyle şeyler, senaryodaki hatalar ve eksikler nedeniyle açılabilecek davalara karşı sizi koruyacak bir avukatın da yardımıyla, çok sık yapılır.

DeLorean spor arabalarının yaratıcısı, meşhur otomobil imalatçısı John DeLorean'ın biyografisi gibi zor bir iş bana verildiğinde ben de benzer bir ikilemle boğuştum. Araştırmalarım DeLorean'ın Tucker gibi Büyük Üçlü denen araba imalatçıları tarafından radikal fikirleri yüzünden yerle bir edilen, başına buyruk biri değil de, bazı rivayetlere göre bir sahtekâr olduğunu ortaya koyunca yaşadığım şaşkınlığı hayal edin. Yine de hepsi iyi hoştu ama bu hikâyenin kahramanı kimdi? Bulduğum çözüm, okuduğum kitaplardan birinin yazarını kahraman yapmak oldu. Başından beri DeLorean imparatorluğunun bir parçası olmuş, sonra hem DeLorean'dan hem de onun "vizyon"undan hayal kırıklığına uğramış bir adam. İçerden birinin bakış açısıyla DeLorean'ın yükselişini ve düşüşünün izlerini takip etmek, o içerideki *adamın bile* nasıl kandırıldığını göstermek seyircinin hikâyeye giriş kapısı oldu. Senaryoma ironik bir ad bile buldum: *Hayallerdeki Araba* (*Dream Car*). Size biyografilerin de kapısını açacak şey tüm hikâyede dikkat etmeniz gereken her şeye, biyografilerde de dikkat etmek: Her şeyden önce senaryo için "hani bir adam varmış da... biz de onun tarafını tutabiliyormuşuz" diyebileceğimiz bir kahramanımız olmalı.

Ya da en azından anlayabileceğimiz.

Ansambl filmler de senaryo yazarı için aynı ikilemi yaratır. *Ucuz Roman*'da John Travolta, *Suçlar ve Kabahatler*'de Woody Allen örneklerinin gösterdiği gibi bir filmde her zaman en çok sahnesi olan karakter kahraman olmak zorunda değildir. Fakat ansambl filmlerin kapısını aralamanın kendine özgü başka bir zorluğu vardır. Ekranda eşit sürede görünecek bu 12 karakterlik film kimin hakkında olabilir acaba diye sorup durmanız...

Ansamblın ustalarından, yönetmen Robert Altman'ın uzmanlık alanı budur. *Nashville, Los Angeles'a Hoş Geldiniz* (*Welcome to*

L.A.), *Kısayol* (*Short Cuts*) filmlerinin merkezinde başrolde olan bir karakter değil farklı karakterlerin kesişen kısa hikâyeleri yer alır. Ama Altman aksini de iddia edebilirdi. *Nashville*'in "yıldız oyuncusu" Nashville şehri; *Kısayol* ve *Los Angeles'a Hoş Geldiniz*'in yıldızı da Los Angeles'tır. Elbette bunlar klasik kahraman hikâyeleri değil ama Altman kendine bir yol bulup ona bağlı kaldı. Ve destekleyebileceğimiz, yanında olabileceğimiz yeni bir tür kahraman yaratarak anlatmak istediği hikâyeye sadık kaldı.

Ansamblda, her hikâyede olduğu gibi, "kahraman" genellikle filmin temasını sırtlanan karakterdir. Şüpheye düştüğünüzde, kendinize sizin filminizde bu görevi kimin yerine getirdiğini sorun: İçlerinde en zor şeyle yüzleşen, en çok büyüyen karakter kim? Bu soruların hemen ardından yazacağınız her senaryodaki kahramanı bulurken soracağınız soruların aynılarını sormaya başlayacaksınız: En büyük çatışmayı kim vaat ediyor? Duygusal olarak en uzun yolu kim katediyor; en çok sevebileceğimiz, başardığını görmek istediğimiz, desteklemek isteyeceğimiz karakter kim? Bu soruların cevabı hangi karakterse, senaryonuzun da onun "hakkında" olması gerekiyor.

Varolan materyallere dayanan animasyon filmler yazmak çoğunlukla zor olur, özellikle de kültürel ve zamansal farklılıklar varsa. Daha sonra Disney'in *Alaaddin*'indeki kahramanın orijinal metindeki sevimsiz bir sokak çocuğundan (her ne kadar yaratıldığı kültürde mükemmelen kabul edilebilir bir karakter olsa da) sevimli ve modern bir sörfçü gence dönüştüğünü göreceğiz. Aynı şekilde yine Disney'in *Mulan*, *Pocahontas* ve *Notre Dame*'ın *Kamburu*'nda (*The Hunchback of Notre Dame*) yazarlar benzer zorluklarla karşılaştılar ve kahramanlara getirdikleri değişikliklere –ve o kahramanların hikâyelerinin anlatılma biçimlerine– göre farklı sonuçlar aldılar. Karakterleriniz ister bir grup tarihöncesi buzul çağı canlısı[13] olsun ister nevi şahsına münhasır böcekler (*Karınca* Z [*Antz*], *Bir Böceğin Yaşamı*

[13] *Buz Devri*'ne gönderme yapılıyor. (ç.n.)

[*A Bug's Life*]), bize başarılı bir *logline* ve başrolde olabilecek bir kahraman verme süreciniz tamamen aynı.

Tüm bu durumlarda genelgeçer kural, ne olursa olsun işin temellerine sadık kalmak. Hani bir adam varmış da...

- Ben kendimi onunla *özdeşleştirebiliyormuşum*.
- Ondan bir şeyler *öğrenebiliyormuşum*.
- Onu takip etmeye beni *zorlayan* bir nedenim varmış.
- *Kazanmayı hak ettiğini* düşünüyormuşum ve...
- *Kaybedeceği, kazanacağı köklü, temel* şeyleri varmış ve bana da inandırıcı geliyormuş...

Bana bunları dedirtecek kahramanın hikâyesini anlatın.

Filminizin kahramanını bulmak için bu basit reçeteyi uygulayın. Hiç yanılmazsınız. Size hangi iş, materyal ya da çalışmanız için ne kadar büyük bir tuval verilirse verilsin, hikâyenizin merkezini bulduğunuz zaman, kahramanınızı da bulursunuz.

Logline'ın Kölesi

Hikâyeniz için mükemmel kahramanı bulup köklü amacının da ne olduğunu kesinleştirdiyseniz, *logline*'ınıza dönüp bu öğrendiklerinizle onu da mükemmelleştirmenin zamanı geldi. Eğer size "*logline*'ınızın kölesi olun" diye ısrar ediyormuşum gibi geliyorsa – evet, doğru anlamışsınız; ediyorum.

Logline; hikâyenizin şifresi, DNA'sı, hiç değişmemesi gereken sabit değeri... Eğer iyiyse, başarıya ulaşacak bir fikrin tüm nitelikleri varsa, o zaman senaryonuzun yazımında size rehberlik edecek ihtiyacınız olan her şeyi *logline*'ınız verir. Kısacası, hem yazar olarak sizin hem de filminizi satacağınız seyircinin mihenk taşıdır. Eğer *logline*'ınıza sadık kalırsanız yazabileceğiniz en iyi hikâyeyi yazarsınız. Eğer yazma sürecinin ortasında *logline*'dan saptığınızı fark ederseniz, epey geçerli bir nedeniniz olmalı.

Bu durum, özellikle kahramanınız söz konusu olunca geçerli.

Logline, kahramanın hikâyesini anlatır: Kim olduğunu, neye karşı durduğunu, neyi riske attığını. Sunumun bir ya da iki cüm-

lelik ince, derli toplu hali her şeyi anlatır. Kesinleştirmek, sonra da ona bağlı kalmak sadece iyi bir alıştırma değil. Siz filmin "ritmini tutup" vurgularını çıkarırken ve sonunda yazmaya başladığınızda hikâyeniz için hayati hale gelecek. Kahramanınızın kim, köklü amacının ne, bir de onu o amaca ulaşmaktan alıkoymaya çalışan kötü adamın kim olduğunu irdeleyerek hikâyenizin ihtiyaçlarını daha iyi tespit edebilir, detaylandırabilirsiniz. İçinde en büyük çatışmayı, en net biçimde tanımlanmış kahramanı, kötü adamı ve en açık seçik köklü amacı barındıran *logline* başarılı olur. Bir kez bu özellikleri tespit edip işlediğinden emin olduktan sonra *logline*'ınıza bağlı kalın. Senaryonuzu yazmaya başladıktan sonra elde ettiğiniz sonucun sağlamasını yapmak için o *logline*'ı kullanın. Eğer yazarken daha iyi bir şey aklınıza gelirse mutlaka geri dönüp temizleyin. Ama işin başından sonuna kadar "hani bir adam varmış da..." kurallarını uygulamanız, yolunuzdan sapmamanızı sağlayacak. *Logline* da baştaki konseptinizden senaryonuza "GÖRÜNTÜ KARARIR." yazdığınız ana kadar kurduğunuz matematiğin sağlamasını yapmanıza yardım edecek.

Özet

Hikâyenizin kahramanını bulmanız, başarılı ("satacak" anlamında başarılı) bir film konsepti üretmenizin ikinci en önemli kısmı. Karakter dağılımı ve konsept, aslında, yapılan her filmin başlangıç noktası. "Ne hakkındaymış?" ve "Kim oynuyormuş?" her seyircinin sorduğu ilk iki soru. Ama aynısı menajeri, yapımcısı, stüdyo yöneticisine kadar herkes için geçerli. Bir hikâyenin yavaş yavaş gelişip çözüldüğünü görme isteğimiz "kim" ve "neymiş?"in ilgi çekecek biçimde buluşmasıyla mümkün olabilir.

Mükemmel kahraman, hikâyedeki durumda en büyük ikilemi vaat eden, duygusal olarak en uzun yolu kateden, hepimizin destekleyebileceği köklü bir amacı olan kahramandır. Hayatta kalmak, açlık, cinsellik, sevdiklerimizi korumak ve ölüm korkusu bizi ele geçirir. Çoğu zaman ilkel bir biçimde özdeşleşebileceğimiz ka-

rakterlerdir de... O yüzden karşılaştıkları durumlar ve yaşadıkları hikâye aynı kalsa bile, yabancı iki karakterdense anne ve kızlarından, baba ve oğullarından, kardeşler ve eşlerden daha iyi karakterler çıkıyor.

Bu keşifleri *logline*'ınıza işlerken, kahramanınızı ve kötü adamı tarif eden sıfatların belirli olması; karakterin köklü bir amaca veya bir duruma sahip olması şart.

Alıştırmalar

1. Uygulamaya çalıştığınız janra dahil filmler listenizi gözden geçirin ve her film için bir *logline* yazın. Dikkatinizi kahramanın, kötü adamın türüne ve kahramanın köklü amacına verin. Ona dikkatinizi verirken kahramana ve kötü adama sıfatlar vermeyi de unutmayın.
2. Janrınıza dahil filmler listenizde hangi oyuncu arketiplerini tespit edebiliyorsunuz? Başrol oyuncusu ne tür bir karakteri canlandırıyor? O rolleri geçmişten ve günümüzden başka hangi oyuncular oynayabilirdi?
3. Ansambl bir film seçip kahramanını bulun. Her filmin bir kahramanı olmak zorunda mı? Ana kahraman gerektirmeyen bir hikâyesi olan başka filmler bulun.
4. Son olarak, eğer gerçekten o kadar cesaretiniz varsa, şu fikre bir *logline* yazmayı deneyin: Bir adam konuşan bir araba alır. Kahramanı, kötü adamı ve köklü amacını bildiğiniz yöntemlerle geliştirin. Bizi çeken sıfatlar kullandığınızdan da emin olun.

Dördüncü Bölüm
Filmin Ritmini Yakala!



Senaryonuzu yazmaya can atıyorsunuz değil mi?
Tabii ki.

Peki ben senaryonuzu yazmanıza izin verecek miyim? Biraz daha isteyin bakalım.

Ama kesinlikle yaklaştınız. Üstelik şimdiye dek tüm başardıklarınızı düşünün. Filminizin cümlesini parlattık, *logline*'ımızın iyi olduğundan emin olmak için yeteri kadar "sivil"e sunum yapıp "satmaya" çalıştık. Anlatmaya çalıştığınız hikâyenin kategorisinde yer alan onlarca film tarayıp izledik. Mükemmel kahramanınızı ve karşı karakterinizi buldunuz; hem kahramanın köklü amacını hem de amacına ulaşmasını engellemeye çalışan çatışmasını geliştirdiniz. Şimdi sırada senaryonuz için parça parça topladığınız bilgilerin hepsini alıp o lanet şeyi nasıl yazacağınızı bulmak var.

Yeni doğmuş bir film fikri üstünde çalışırken şu savaş çığlığını atmaktan daha büyük heyecan yok: "Hadi filmin ritmini yakalayalım!"

Bu, tüm o harika sahneleri, fikirleri ve karakterleri "Tahta'ya" yazıp ne nereye gidiyor, hangi karakter ne yapıyor, hayal ettiğiniz tüm sahnelere ihtiyacınız var mı, yoksa tamamen yeni sahneler mi bulmanız gerek anlamanızın zamanı gelmiş demek.

Ayrıca size zaman kazandıracak, senaryonuzu "vurgu vurgu" sunmanıza, senaryonuzun temelini inşa edip iskeletini kurmanızı

sağlayacak bir hesap yapmanızın da zamanı. İki ölçüp bir yazacaksınız.

Sıra yapıya geldi.

Yapı, Yapı, Yapı...

Yapı; fikri bulup filminizin "kim" hakkında –ve kimler için– olduğunu tespit ettikten sonra senaryonuzu yazıp satmanızdaki en önemli unsurdur. İyi yapı garantilidir. Senaryonuzu sattığınızda, iyi yapılandırılmış bir senaryonuzun olması, sağlam ve doğru bir model oluşturmak için gereken ne varsa yaptığınızı gösterecektir. Unvan peşinde koşanlar, sahnelerinizin sırasını değiştirebilir, diyaloglarınızı silebilir, yeni karakterler ekleyip bazılarını atabilir – ki atacaklar! Ama eğer yapı üstünde çalıştıysanız, hikâyenizin neden ve nasıl çalıştığını biliyorsanız, ne kadar kurcalarlarsa kurcalasınlar, senaryonuz güçlü kalacak.

Ve sizin senaryonuz olmaya devam edecek.

Kendimizi koruma altına alma işini abartalım diye demiyorum ama güçlü bir yapı sizin senaryo yazarı unvanınızı garantiler. Senaryonuzdaki hikâye vurgularından oluşan iskelet, senaryoda kimin ne kredi alacağına karar veren Amerikan Yazarlar Birliği (WGA) için işin herkesten önce size ait olduğunun en büyük kanıtı. Unvanı için hakemlik yapılmış herhangi bir yazarla konuşun, onlar size anlatır. Bağımsız bir yazar olarak işin içinde kalabilmenizin garantisi de yeşil zarflarda, en beklenmedik zamanlarda yollanan (ama hep memnuniyetle karşıladığımız) telif ücretinin de sizin olacağının garantisi yapıdır.

Yapının gerektirdiği işçilik, sabırlı bir çalışma ve hikâye anlatıcılığının sinemadaki büyüsünün hepsi yapıyı uygulama ve yönetme biçiminizde bir araya gelir. Bu, bilmeniz *gereken* bir beceri.

Ben yapıyı yavaş ve geç öğrendim. Öğrenmem de büyük ölçüde çaresizlikten oldu. İlk zamanlarda kaç toplantıya gittim, stüdyoların yöneticilerine film fikrimi konseptten ve birkaç "cool" sahneden bahsederek sundum, sonra da öylece susup gülümsedim...

Çünkü anlatacak başka bir şeyim yoktu. Off! İlk kez bir senaryo yazmam için işe alındığım zaman yöneticinin bana senaryomdaki "perde"leri sorduğunu hatırlıyorum. O zaman o kibar adamın dediğinden *hiçbir şey* anlamamıştım. Bu olduğunda ben daha Syd Field'ın adını (ki bence modern film şablonunun öncüsüdür) *duymamıştım* bile. Sonunda Field'ın büyük eseri *Senaryo*'yu okuyup sindirdiğimde, sahiden kariyer kurtarıcı bir şey bulduğumu anlamıştım.

"Haaa! Üç perde!" Düşünebiliyor musunuz?

Ama yine de yeterli gelmemişti. İki perde arasındaki açık sular derindi, dev bir okyanusta yüzen biri gibiydim. Senaryoda da kaybolabileceğim, paniğe kapılıp boğulabileceğim çok boş alan vardı. Daha fazla adaya ve yüzülecek daha kısa mesafelere ihtiyacım vardı.

Benim için Viki King, o açık sulardan daha da fazlasını "Hemen Zengin Olun" gibi inanması güç bir başlığı olan *How to Write a Movie in 21 Days*'le doldurdu. Ama yine de orta noktalar ve yan hikâyelere rağmen, arada işi batırabileceğim boşluklar çoktu.

O yüzden ben de kendiminkini geliştirdim.

Filmlerde izlediğim, senaryo kitaplarında okuduğum ve doğruluğuna güvendiğim şeylerden, Blake Snyder Vurgu Dökümü'nü oluşturdum. Toplam on beş vurgu yazdım. Hepsini de on beş adacığın sığabileceği tek sayfalık bir dokümana sıkıştırmayı başardım – bir sonraki sayfaya atın kulacı.

Şöyle:

Blake Snyder Vurgu Dökümü

PROJE ADI:

JANR:

TARİH:

1. Açılış resmi (1):
2. Tema Belirtilir (5):
3. Kuruluş (1-10):
4. Katalizör (12):
5. Tartışma (12-25):
6. İkiye Bölünme (25):
7. Yan Hikâye (30):
8. Oyunlar ve Eğlence (30-55):
9. Orta Nokta (55):
10. Kötü Adamlar Yaklaşıyor (55-75):
11. Her Şey Bitti (75):
12. Ruhun Karanlık Gecesi (75-85):
13. Üçe Bölünme (85):
14. Final (85-110):
15. Kapanış Resmi (110):

Çok temiz değil mi? Ve basit?

Ne zaman bir satış sunumu toplantısına gidecek olsam bu basit boş formu kullanırım. Formdaki her boşluğu doldurmaya kadar (o kadar büyük de değil zaten) toplantıya gitmeme kendim engel olurum. Sizin de her boşluğa o vurguyu açıklayan bir ya da iki cümle yazmanız mükemmel olur. Ben filmin bütününü tarif eden film cümlesinde olduğu gibi eğer boşlukları bir iki cümleyle dolduramıyorsam henüz vurguyu bulmadığımı anlarım. Tahmin ediyorumdur. Boşa kürek çekiyorumdur, boğulmak üzereyimdir. Ama biçim üstüne çalışmaya başlayıp o boşlukları doldurmaya kalkışana kadar bir sorun olduğunu anlamam bile!

Parantez içlerindeki numaralar vurguların gerçekleşeceği sayfaları gösteriyor. Bir senaryonun sayfa sayısı az çok iyi bir güreşçinin kilosu kadar olmalı: 110. Bazı dramlar daha uzun olsa da *oranlar* aynı. Perdelerim, orta noktalarım, tüm Her Şey Bitti anlarım doğru anlara isabet etsin isterim. Bu konuda da çok ısrarcıyımdır. *Açık Çek*'e bakın. İlk beş dakika içinde –senaryonun da yaklaşık ilk beş sayfası oluyor– filmin teması açık seçik bir biçimde belirtilir. Orta noktanın, Her Şey Bitti'nin, Üçe Bölünme'nin nereye denk geldiğini inceleyin. Hepsi mükemmeldir, senaryo aşamasından ekrana kadar da öyle kaldı çünkü Colby'le birlikte öyle olsun diye birinci taslaktan sonuncusuna kadar kıçımızı yırttık. Yaptığımız şey işledi çünkü yapımız sağlamdı, sağlamlığını da her yönden sınamıştık. Bizi çiğnemek isteyenlere dayandı çünkü yapıyı sıkı sıkı çaktık.

Bu terimlerden bazıları size yabancı gelebilir. "Oyunlar ve Eğlence" ne demek diye soruyor olabilirsiniz. Benim verdiğim bir isim. Endişe etmeyin, dramda da komedi de vardır. "Ruhun Karanlık Gecesi" nedir peki? Yine başka bir "Evreka!". Ama aslında nereden baksanız milyon kez görmüş olduğunuz bir vurgu.

Bu vurgu sistemi artık ne zaman isterseniz elinizin altında. Blake Snyder Vurgu Dökümü (BS2) yardıma hazır. Ama siz daha tam pişmeden kaçmaya kalkışmadan önce –gerçi pişmiş olsanız da

fark etmez– izin verin de formda başlıklarını gördüğünüz senaryo bölümlerini örneklerle açıklayayım.

İzin vermemek gibi bir hakkınız var mı?

Hayır, yok!

Açılış Resmi (1)

Filmin ne olduğuna dair ilk izlenimin –tonu, atmosferi, filmin türü ve kapsamı– tümü açılış resminde yer alır. Aklıma birçok harika örnek geliyor: *Arabistanlı Lawrence*'ı öldüren, İngiltere'nin kırsalında pervasızca yapılan motosiklet yolculuğu; içinde gizemli *Yurttaş Kane*'in pusuda beklediği korunaklı ve karanlık kale ve *Çılgınlar Okulu*'nun açılış resmi gibi salakça olanlar... Faber College'ın kurucusunun heykelinin altında yazan "*Bilgi iyidir*" okul mottosunu kim unutabilir? Bu üç örnekte de neyin içinde olduğumuzu anlamıyor muyuz? Her bir açılış resmi; tonu, üslubu ve filmin bütününde alınacak riskleri ve kaybedilebilecek şeyleri belirlemiyor mu?

Açılış resmi aynı zamanda kahramanın başlangıç noktasını bize sunmak için kullanılabilecek bir fırsat. Hep birlikte çıkacağımız bu macerada takip edeceğimiz adamın, kadının ya da bir grup insanın macera "öncesi" hallerinden bir kare gösterir. Senaryo yazarı işini iyi yaptıysa büyük ihtimalle bir de işlerin nasıl değiştiğini göstermek için bir "sonrası" karesi de olacaktır. BS2'deki çoğu vurgu gibi, açılış resminin de bir eş vurgusu vardır: Kapanış resmi. Açılış ve kapanış resimleri, diğer vurguları rafta sağlam tutan kitap destekleri gibidir. İyi bir senaryo da değişmekle ilgili olduğundan, bu iki sahne o değişimin filminizde nasıl gerçekleştiğini açıkça göstermenizin bir yolu oluyor. Açılış ve kapanış resimleri zıt kutuplar olmalı; artıyla eksi gibi. Değişikliği o kadar dramatik bir biçimde göstermeli ki filmin tarif ettiği duygusal altüst oluşu yansıtsın. Oyuncular çoğu zaman öyle bir güçlü değişim olup olmadığına bakmak, yaşanan değişimin ilginç olup olmadığını anlamak için bir senaryonun ilk ve son on sayfasını okur. Eğer değişimi göster-

mezseniz senaryonuz odanın bir ucundaki "reddedilenler" yığınının arasına fırlatılır.

Yani açılış resminin yaptığı çok iş var. Tonu, atmosferi ve filmin üslubunu belirler, çoğu senaryoda ana karakteri tanıtır ve bize onun "öncesi" anından bir kare gösterir. Ama asıl yaptığı iş, bizi sinema salonunda koltuklarımıza çivileyip, "bu film baya iyi olacak" dedirtmek. Yazmaya başlamak üzere olduğunuz filmin türünde onlarca film izlediğinize göre onların içinden öne çıkan en az altı açılış resmi bulabilirsiniz. İyi filmlerin hepsinde iyi açılış resimleri olur.

Tema Belirtilir (5)

Yapısı iyi kurulmuş bir senaryonun ilk beş dakikasının bir yerinde biri (bu genellikle ana karakter olmaz) ya bir soru sorar ya da bir söz (genellikle ana karaktere) söyler; o da filmin teması olur. "Dilediğin şeylere dikkat et", "Kibirli olanın düşüşü aptalca olur" ya da "Aile paradan daha kıymetlidir" diyebilir. Bu kadar bariz olmayan bir biçimde bir sohbete yedirilmiş, fazla düşünülmeden yapılmış bir yorum gibi söylenir. Ana karakter o an pek anlamasa da sonradan üzerinde büyük ve anlamlı bir etkisi olacaktır.

Bu söz, filmin tematik önermesidir.

İyi bir senaryo, birçok açıdan senaryo yazarı tarafından ortaya atılmış bir tartışmadır: Farklı bir hayat sürdürmenin veya özel bir amacın peşinden gitmenin artıları ve eksileri nelerdir? Onlar için herhangi bir eylemde bulunmaya, hayal etmeye ya da amacın peşinden koşmaya değer mi? Yoksa yanlış mı? Hangisi daha önemli: Zenginlik mi mutluluk mu?

Genel bir düzen içinde hangisi daha büyüktür, birey mi grup mu? Senaryonun gerisine bu tartışma yayılır, yukarıdaki önermenin ya doğruluğu kanıtlanır ya da aksi ispat edilir, artısı ve eksisiyle her açıdan incelenir. Komedi de yazsanız dram da, bilimkurgu canavar hikâyesi de, her film "bir şey hakkında" olmak zorundadır. Filminiz ne hakkındaysa onu sokmanız gereken yer, filminizin ba-



"Altın kimdeyse, kuralları da o koyar!" Preston'un odun kafalı kardeşi Preston'a böyle der. Böylece ilk beş dakika içinde Açık Çek'teki Tema Belirtilir. Bu söz doğru mu? Filmin tartışacağı şey bu.

şı. Ne hakkındaysa söyleyin! Yüksek sesle. Tam burada.

Eğer elinizde anlattığı bir şey olmayan bir film varsa, başınız dertte. Söylemek istediğiniz lafın ne olduğunu bulmaya uğraşın. Belki de ilk taslağınızı bitirene kadar bilmeyeceksiniz. Ama bir kez bulduğunuzda da konuyu baştan gündeme getirdiğinizden emin olun – ben hep 5. sayfaya koyarım.

Doğru yerde olduğundan emin olun. O sizin açılış kozunuz.

Briç gibi. Deklare verip "kanıtlayabilirim" deyin.

Şimdi de gidip kanıtlayın.

Kuruluş (1-10)

Senaryonun ilk 10 sayfasına –ya da en fazla ilk 12– "kuruluş" denir. Benim ve Hollywood'da senaryo okuyanların çoğu için burası "ya şimdi ya hiç" yeri. Burada bizi yakalamak zorundasınız

yoksa ilgimi kaybetmeyi göze almış oluyorsunuz. Kahramanı, risklerini, kaybedeceklerini, kazanacaklarını ve hikâyenin amacını daha ilk *makara*da –ilk on dakikasında– "kuran", bunu da çok kuvvetli bir biçimde yapan filmleri düşünün.

Kuruluş bölümü ayrıca, eğer yazar bensem, ana hikâyedeki her karakteri tanıttığım ya da ipuçlarını verdiğim bölüm. Herhangi bir iyi filmi izleyip görün. İlk 10 dakikada tüm karakterlerle tanışırsınız ya da hepsine yapılmış göndermeleri görürsünüz. Siz de 10. sayfanıza gelinceye kadar böyle yaptığınızdan emin olun.

İlk 10 sayfa aynı zamanda her karakterin kendine özgü huylarını yerleştireceğimiz, sonradan üzerinde durulması gereken her davranışın sergileneceği ve kahramanın başarıya ulaşabilmesi için nasıl ve neden değişmesi gerektiğini göstermeye başlayacağınız yer. Hayali bir dünyada yaşayan, bir başına bir yazar kadın (*Amazon'da Fırtına* [*Romancing the Stone*]); havalı, becerikli, soğuk olduğu kadar da konuşkan ve bilgili bir yabancı araba ithalatçısı adam (*Yağmur Adam*); pek bir önemi yokmuş gibi görünen sersem sepelek bir kadın (*Bu Nasıl Sarışın*).

Kahramanımızın istediği ya da eksikliğini duyduğu şey de ortaya çıktığında, Düzeltilmesi Gereken Altı Şey'i de buraya yerleştirmeniz gerekiyor. Bu benim tabirim, altı da rastgele seçilmiş bir rakam. Kahramanınızın hayatında eksik olan şeyleri seyirciye göstermeniz –tekrar ediyorum GÖSTERMENİZ– gereken upuzun bir liste. Bu Düzeltilmesi Gereken Altı Şey de, karakterin huyları da hataları da küçük saatli bombalar gibi senaryoda daha sonra patlayacak, tersyüz edilecek ve çözülecek. Hepsi tekrarlanan şakalar ve hatırlanacak anlar haline gelecek. O anların niye hatırlatıldığını seyirci olarak bilmemiz şart! *Büyük*'e (*Big*) ve ana kuruluşuna bakın: "Buna binebilmek için boyunun en az *bu kadar* olması gerek." Düzeltilmesi Gereken Altı Şey listesinde boy şartı dışında başka ihtiyaçlar da var. *Büyük*'teki çocuk, kızı elde edemez, mahremiyeti yoktur, vs. Ama İkinci Perde'de sihirli bir biçimde büyüyünce bunların hepsine sahip olur. Ve bu hatırlanacak anlar ancak on-

ları kuruluş bölümünde gördüğümüz için işler.

Oof, ilk 10 sayfada yapılacak ne çok şey var! Ama öyle. Eğer mahallenin büyük çocuklarıyla oynamak istiyorsanız önce bu görevleri başarıyla yerine getirmeniz gerek.

Birinci Perde'yle ilgili olduğu için kuruluş üstüne son bir söz: Ben filmlerin üç ayrı dünyaya bölündüğünü düşünmekten hoşlanıyorum. Çoğu insan bunlara üç perde der; ben tez, antitez ve sentez diyorum. İlk 10 sayfa ve Birinci Perde'nin geri kalanı filmin tezidir. Macera henüz başlamamışken dünyanın nasıl olduğunu bu sırada görürüz. Bu, üstünde "öncesi" yazan kahramanın dünyasını tam teşekküllü bir biçimde kayıt altına alır. Bu dünyada, özellikle de kuruluş bölümünde, fırtınadan önce bir sessizlik söz konusudur. Kuruluş bölümünü takip eden olaylar olmasa, kahramanın dünyası da büyük ölçüde şu anki haliyle kalır. Ama bu bölümde fırtınanın yaklaştığı da hissettirilir. Çünkü bir şeylerin olduğu gibi kalabilmesinin tek yolu... ölüm. Durumlar değişime uğramak *zorundadır*.

Katalizör (12)

Amazon'da Ölüm'de Joan Wilder'ın Güney Amerika'ya gitmesine neden olacak paket; *Yağmur Adam*'da Tom Cruise'a babasının ölüm haberinin verildiği telefon konuşması; *Bu Nasıl Sarışın*'da Reese Witherspoon'un nişanlısının onu terk ettiğini söylediği akşam yemeği... Bunlar katalizör anlardır. Telgraf, işten kovulmak, karınızı yatakta başka bir adamla yakalamak, üç günlük ömrünüzün kaldığını öğrenmek, kapının tıklatılması, bir elçi... Kuruluş bölümünde siz, yani senaryo yazarı, dünyanın nasıl bir şey olduğunu anlattınız. Şimdi katalizör anında sıra o dünyayı devirmeye geldi. Bum!

Ben katalizör anını gerçekten çok seviyorum ve bir filmde göremediğimde ya da iyi yapılmadığında özlüyorum. Olmazsa *olmaz*. Asıl baş düşmanım son moda filmlerde düzgün O Kediyi Kurtar sahnelerinin eksikliği. Ama yapıda olmadığı zaman beni çok ra-

hatsız eden bir başka da şey de katalizör. Katalizör anlarını seviyorum çünkü onlar hayat demek. O anları hepimiz yaşıyoruz. İnsanın hayatını değiştiren olaylar çoğunlukla kötü haber kılığında gelir. BS2'deki vurguların birçoğu gibi katalizör de göründüğü gibi değildir. İyi bir haber neyse, katalizör haber tam tersidir ama macera bitmeden kahramanı da mutluluğa o götürür.

Senaryo yazarken katalizör anım ilk birkaç taslakta öyle ortada dolanır durur. Kuruluş fazla uzundur, hikâye detaylarla tıkanmıştır, 12. sayfada olması gereken katalizör vurgusu da gizemli bir biçimde 20. sayfadadır. Kıyamadığınız yavrularınızı kırpmaya başladığınızda birden bu küçük yapı haritalarını niye yaptığımızı anlayacaksınız. Tüm o sıkıcı detaylar ya lüzumsuzdu ya da siz ekonomik bir biçimde göstermeyi pek beceremediniz. Katalizör anı bir şeyin olduğu ilk andır! Şükür! Eğer katalizör yoksa okur sabırsızlanmaya başlar. Filmin aldığı eleştiri "olay örgüsü yok" olacak çünkü siz okurun ilgisini kaybetmiş olacaksınız. 12. Sayfa: Katalizör.

Yapın şunu.

Tartışma (12-25)

Bu, senaryonun 12. ve 25. sayfaları arasındaki bölüm. Eskiden beni çok şaşırtırdı bu. Bana 12. sayfada kız kardeşimin korsanlar tarafından tutsak edildiğini yazan bir telgraf gelse, ne yapmam gerektiğini zaten bilirim! O zaman yazar olarak ben kahramanımı yapması gereken şey için perde değişimine kadar niye bekletiyorum?

Tartışma bölümü tam da budur – bir tartışma. Kahramanın "delilik bu" diyebilmesi için son şansıdır. Ama bunu fark ettiğini görmeye ihtiyaç duyarız. Gideyim mi? Cesaret etsem mi? Gideceğim yer elbette tehlikeli ama benim kararım ne? *Burada* mı kalayım?

Yazar arkadaşım Sheldon Bull'la Altın Post senaryomuz üstünde çalışıyorduk. Birinci Perde'de bir çocuk, askeri okuldan atılıp evine yollanır... ve anne babasının taşındığını anlar. Çocuk bir

çıkmaza girer. Askeri okula dönemez, olduğu yerde de kalamaz. Ama ailesinin nereye taşındığını biliyordur, o yüzden bir karar vermelidir: Yollara dökülüp onları arayacak mı? Bu, filmdeki kahramanlığın ne kadar ürkütücü olduğunu gösterme şansımız. Hayal edebiliyor musunuz? Ama komedi filmi olduğu için komik de yapmıştık. Çocuk kahramanımızı Birinci Perde'nin sonunda cana yakın bir taksi şoförü şehrin bir ucuna götürür. Çocuk, aşağı doğru inen tekinsiz yola bakar. Ailesini bulmak istiyorsa o yoldan gitmek zorunda olduğunu bilir. *Yutkunma efekti*. Ama korkusu yanından geçen bir şoförün ona laf atmasıyla hafifletilir. Böylece kesin kararını komik bir biçimde verir ve yolculuğa çıkar.

Sizin kader anınız bu kadar belirgin olmayabilir ama *tartışma bölümümün o veya bu biçimde bir soru sorması gerektiğini* unutmamanız önemli. *Bu Nasıl Sarışın*'da Elle Woods'u terk eden nişanlı katalizöründen sonra çözüme yumuşak bir geçiş yapılır: Harvard Hukuk Fakültesi'ne gitsin. "Ama girebilir mi ki?" O filmin tartışma bölümünün sorduğu soru bu. Tartışma bölümü, böylece Elle'nin bu soruya nasıl cevap vereceğinin gösterildiği bölüm haline gelir. Yükselttiği LSAT[14] skorları ve çektiği pek şehvetli başvuru videosuyla okula kabul edilince sorunun cevabı netleşir: Evet! Bizim "yolda geçen *Evde Tek Başına*" filmimizdeki çocuk kahramanımız gibi Elle de mutlu mutlu İkinci Perde'ye doğru yol alabilir. Tartışma sorusuna cevabını verdi, şimdi ilerleyebilir.

İkiye Bölünme (25)

25. sayfada gerçekleşir. Bu konuda çok tartışıldı benimle. Neden 28. sayfa değil? 30 olunca olmuyor mu? Bari siz yapmayın. Lütfen.

Bu bölüm, 110 sayfalık bir senaryoda 25. sayfadan geç gelemez.

Biri bana bir senaryo verdiğinde "25'te ne oluyormuş" diye

[14] Çoğu Hukuk Fakültesi' in giriş şartlarından olan, uluslararası çapta yapılan bir sınav. (ç.n.)

bakmak için ilk açtığım sayfa (hepimizin tuhaf okuma alışkanlıkları var) her zaman -adı üstünde- 25. sayfa olur. 1) Bir şey olup olmadığını merak ederim, 2) senaryo yazarı bir şey olması *gerektiğini* biliyor mu öğrenmek isterim. Bir şey derken büyük bir şeyden bahsediyorum.

Çünkü büyük bir şeyin olması gerekiyor... evet, 25. sayfada.

Yukarıda da tartışıldığı gibi perde değişimi; eski dünyayı ve tezi arkamızda bıraktığımız, o dünyanın tepetaklak olmuş bir versiyonuna, antitezine doğru ilerlemeye başladığımız andır. Ama bu iki dünya birbirinden o kadar farklıdır ki İkinci Perde'ye adım attığımız açıkça vurgulanmalıdır.

Ben senaryo yazarken çoğu zaman perde değişimlerim başta belli belirsiz olur. Kahramanı İkinci Perde'ye sürükleyecek olayları bulurum. Yanlış. Kahraman, İkinci Perde'ye geçmesi için ayartılamaz, kandırılamaz veya sürüklenemez. Kahraman bu kararı kendi vermelidir. Onu kahraman yapan şey de budur zaten: Etkin olması. *Yıldız Savaşları*'nı düşünün. Luke Skywalker'ı yolculuğa çıkmaya sevk eden olay anne babasının öldürülmesidir. Fakat "yolculuğu yapma" kararı ona aittir. Luke, Han Solo'nun yıldız gemisinde ben buraya nasıl geldim diye düşünerek uyanamaz, gitme kararını vermek zorundadır. Siz de kahramanınızın öyle yaptığından emin olun.

Yan Hikâye (30)

Yan hikâye 30. sayfada başlar. Çoğu senaryonun yan hikâyesi de "aşk hikâyesi"dir. Ayrıca yan hikâye, filmin temasını da sırtlanan hikâyedir. 30. sayfa civarında gerçekleşen yan hikâye, şaşırtıcı derecede bariz bir biçimde gösterilen ana hikâyedeki perde değişimini de yumuşatan küçük bir destek roketidir. Düşünün bir. Ana hikâyeyi kurdunuz, harekete geçirdiniz, şimdi de İkinci Perde'ye, yani ani bir sıçramayla baştan aşağı yepyeni bir dünyaya kondunuz. Yan hikâye şöyle diyor: "Tamam yetti, haydi başka bir şeyden konuşalım!" Bu kopuş, çoğunlukla ana hikâyeyle uyumludur ama kapsamı yenidir.

Yan hikâye bize bir mola verdirir.

Örneğin *Bu Nasıl Sarışın*'a bakalım. Yan hikâye; Elle'nin Boston'da tanıştığı manikürcüyle olan ilişkisidir. Bu da ana hikâyeden o çok ihtiyaç duyduğumuz kopuşu sağlar. Elle ile tanıştık. Terk edildi. Hukuk Fakültesi'ne gitmeye karar verdi. Kazandı. Okul çok kazık. E tamam yetti, ufak bir mola verelim. Temadan azıcık uzaklaşıp yeni birini tanıyalım. Yani manikürcü. Ayrıca evet, geleneksel bir oğlan-kız aşk hikâyesi değil ama aslında bir "aşk hikâyesi". Elle'nin iyi bakılacağı, korunacağı yer orasıdır. İçini döktüğü, Harvard Hukuk Fakültesi'nde yediği sillelerden hayata dair öğrendiklerini anlattığı yer de orası. Son bir zorlamayla onu Üçüncü Perde'ye ve nihai zaferine ulaşması için ihtiyaç duyduğu gücü de oradan alacak.

Çoğunlukla yan hikâye demek bir grup yeni karakter demektir. Yan hikâyenin karakterlerini her zaman senaryonun ilk 10 sayfasında tanımayız. Var olduklarını bile bilmeyiz. Ama İkinci Perde antitez olduğu için bu karakterler Birinci Perde dünyası sakinlerinin tepetaklak edilmiş versiyonları olur. Yine *Bu Nasıl Sarışın*'da ana karakterin yan hikâyedeki dostu buna mükemmel bir örnek. Manikürcü Paulette Bonafonté'yi canlandıran muhteşem oyuncu Jennifer Goolidge, Elle'in UCLA yurdundaki kızları güldüren ayna versiyonu değil mi? Öyle olduğu için çok başarılı bir karakter zaten. Tam bir antitez canlısı.

Demek ki yan hikâye çok şey yapıyor. Sizin de yan hikâyeniz olmak zorunda. Yan hikâye size sadece bir aşk hikâyesi ya da filminizin temasının açıkça tartışılabileceği bir alan sunmakla kalmaz. Aynı zamanda yazara elzem olan ana hikâyeden "kopuş"ları da verir. Ve 30. sayfada başlar.

Oyunlar Ve Eğlence (30-55)

Oyunlar ve eğlence bölümüne ben senaryodaki önermenin verdiği sözü tutan bölüm demeyi tercih ediyorum. Filmin afişinin çekirdeği ve özüdür. Bir filmin fragmanında kullanılan sahnelerin çoğu bu bölümden alınır. Artık hikâyenin nasıl ilerlediğiyle değil

–alınacak riskler de kazanılacaklar da orta noktaya kadar artmayacak– ne kadar "eğlendiğimizle" ilgilendiğimiz yer burasıdır. Oyunlar ve eğlence bölümü; "Niye bunu izlemeye geldim?", "Bu önermede, afişte, filmin fikrinde *cool* olan ne?" sorularına cevap veren bölümdür. Film geliştirme yöneticileri benden "daha fazla dekor sahne" istediğinde o sahneleri bu bölüme yerleştiririm. Oyunlar ve eğlence bölümüne.

Benim için burası filmin merkezidir. Senaryonun bu bölümünün görevinin ne olduğunu, niye var olduğunu keşfetmem birdirbirde on kişinin üstünden atlamakla eşdeğer. Benim keşfim 1989 yazında gerçekleşti. Tam bir "oley be!" anıydı. Öyle anlar pek de böyle açıkça yaşanmaz. *Dur Yoksa Annem Ateş Edecek!*'in (*Stop or My Mom Will Shoot!*) ilk taslağını yazarken biraz takılmıştım. "*Dirty Harry*'nin yeni bir partneri var: Annesi" gibi şahane bir önermem vardı. Ama tam olarak neydi? Film ne hakkındaydı? Komedi dinamikleri neydi? (Birçoğunuz eminim *hâlâ* soruyorsunuz bunları.) Sonra bir gün Santa Barbara, California'daki Fithian Binası'ndaki ofisimde gece geç saatte otururken şahane bir fikir geldi aklıma: Dünyanın en yavaş araba takip sahnesi! Farz edin ki polis Joe ve annesini kötü adamlar vuruyor. Farz edin ki arabayla onları takip ediyorlar. Peki ama direksiyona geçip arabayı kullanan Joe değil de annesi olsa? Ve arabayı da bir anne gibi kullansa? Tüm dur levhalarında durması, her fren yaptığında koluyla Joe'yu göğsünden tutması da dahil... Senaryomu satıp Universal'daki ilk toplantıma gittiğimde yönetici, filmimi satın almaya o sahneyi okuduğunda karar verdiğini söyledi. Neden? Çünkü bu fikirde bir şey olduğunu o sahneyi okuyunca anlamıştı. Önermenin sözünü tutmasını sağlamıştım. Peki o dekor sahneyi nereye koydum? Olması gereken yere: Senaryonun oyunlar ve eğlence bölümüne.

Bu dram için de geçerli. *Zor Ölüm*'ün oyunlar ve eğlence bölümünde Bruce Willis'i önce teröristleri zekâsıyla alt ederken görürüz. *Telefon Kulübesi*'nin (*Phone Booth*) "oyunlar ve eğlence"si Colin Farrell içinde bulunduğu açmazın ciddiyetini fark ettiği zaman

başlar. Hikâyedeki risklere, kaybedileceklere, kazanılacaklara bir ara verip filmin fikrini, önermenin verdiği sözü görürüz, başka bir şey görmemize de gerek yoktur. Bu bölüme oyunlar ve eğlence dememin bir başka nedeni de diğer bölümlere kıyasla tonu bakımından daha hafif olması. Jim Carrey o yüzden *Aman Tanrım!*'da ortalıkta Tanrı gibi dolaşıp öyle davranıyor. Tobey Maguire tuhaf bir biçimde orasından burasından fışkırttığı süper güçlerini de bu bölümde deneme fırsatı bulur. Ayrıca tüm arkadaş filmlerindeki arkadaşların en çok kavga ettiği yer de burasıdır. Anladık mı?

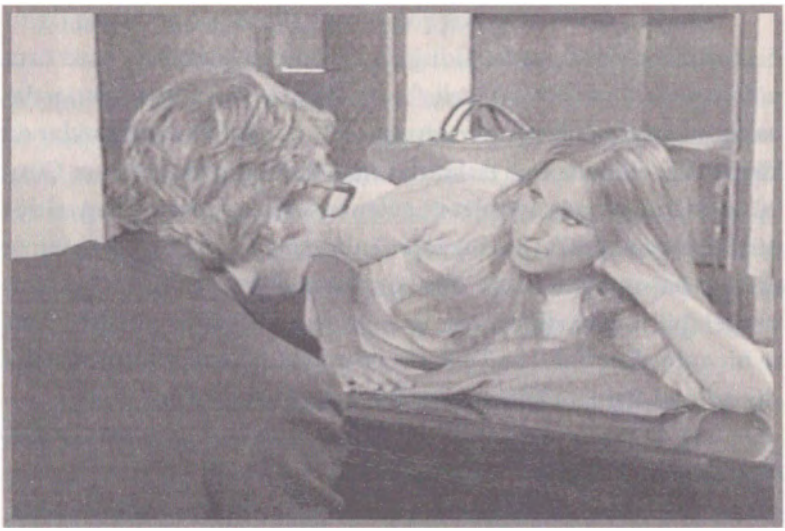
Oyunlar ve eğlence.

Öğrenin, sevin, yaşayın.

Orta Nokta (55)

Bir senaryonun iki yarısı vardır, 55. sayfadaki orta nokta da bu iki yarıyı birbirinden ayıran sınırdır. İki perde bölümlemesinin önemi üzerine konuşabiliriz ama benim için orta nokta, özellikle de senaryo vurgularının planlandığı ilk zamanlarda, en az perdeler kadar önemli. Yüzlerce filmi inceledim ve şunu keşfettim: Bir filmin orta noktası ya kahramanın sözde zirve yaptığı (ama sahte bir zirve) bir "yükseliş" noktası ya da kahramanın etrafındaki her şeyin çöktüğü (ama sahte bir çöküş) bir "düşüş" noktasıdır. Buradan sonra da işler ancak daha iyiye gidebilir. Senaryonuzun nasıl bir orta nokta gerektirdiğine karar vermek, bir duvara şöyle sağlam ve sıkı bir çivi çakmak gibidir. Hikâyeniz bir çamaşır ipi; şimdi onu sağlam bir biçimde gerip bağlayabilirsiniz.

Orta nokta anının ne kadar önemli olduğunu kazara keşfettim. Senaryo yazarlığı kariyerimin ilk günlerinde toplantılar için Santa Barbara ve Los Angeles arasında arabayla gidip gelirken dinleyebileyim diye filmlerin seslerini kasete kaydederdim. İndirim reyonlarından aldığım kasetlerin (o zamanlar beş kuruşsuz yaşıyordum) her yüzü 45 dakika alıyordu. Bir dağ geçidi, Santa Barbara Los Angeles yolunu da tesadüfen yolculuğun tam orta noktasında eşit olarak ikiye ayırıyordu. Dağın tepesine vardığımda yola çıkalı



Artık gıcırdayan eski filmlerden öğrenecek ne var? Çok şey. Örneğin, *Aşka Vakit Yok*'ta Ryan O'Neal ve Barbra Streisand'ın birlikte dibe vurdukları klasik orta noktası.

45 dakika olur, kasetin A yüzü biter, ben de diğer yüze geçerdim. Bir gece Peter Bogdanovich'in yönettiği, Ryan O'Neal ve Barbra Streisand'ın başrollerini paylaştığı eski bir komedi klasiği *Aşka Vakit Yok*'u (*What's Up, Doc?*) kaydettim. Sonra, bir sonraki gün dağın tepesine vardığımda filmin mükemmelen iki eşit parçaya bölündüğünü ve orta noktasının da bir "düşüş" noktası olduğunu keşfettim.

Aşka Vakit Yok'un ilk yarısı O'Neal'ın otel odasını alevlerin sarmasıyla biter. Yavaş bir geçiş bizi bir sonraki güne taşır, çökmüş bir adam olarak uyanır ve... Barbra Streisand'ın ona yardım etmek için beklediğini görür! Yangın da zaten onun suçudur! Dağ geçidine varıp kaydettiğim *Aşka Vakit Yok*'un ilk yarısı bittiği an yaşadığım aydınlanmayı hayal edin. Film eşit iki parçaya ayrılıyordu! Ondan sonra artık güçlü bir orta noktanın gücü ve amacı benim için her zaman çok açık oldu.

O andan sonra ne kadar çok filmde filmin bütün dinamiğini değiştiren bir orta nokta olduğunu görmeye başladım. Ama orta nokta, senaryoya bir "yükseliş" veya "düşüş" kazandırmaktan daha fazlasını yapar. Çoğu senaryo toplantısında "kazanılacaklar da kaybedilecekler de orta noktada artar" dendiğini duyarsınız. Çünkü artar. Bu noktada oyunlar ve eğlence sona erer; hikâyeye geri dönülür! Ayrıca eğer "sahte bir zafer"iniz varsa bu noktada, kahramanınızın başına mesela bir "dile benden ne dilersen" türü sihirli bir şey gelebilir ve istediğini sandığı her şeyi elde edebilir. Ama bu sahte bir zaferdir çünkü asıl çıkarması gereken dersi almasına daha çok yolu vardır. Her şey sadece *görünürde* şahanedir.

BS2'de orta noktanın 75. sayfada gerçekleşen, "sahte yenilgi" olarak tarif edilebilecek "Her Şey Bitti" adında bir eş vurgusu var. Bu iki nokta bir takım. Çünkü bu iki vurgu birbirinin tersine çevrilmiş hali. Kural şu: İşler hiçbir zaman ne orta noktada göründüğü kadar iyi ne de Her Şey Bitti noktasında göründüğü kadar kötüdür. Ya da tam tersi! *Aşka Vakit Yok* örneğinde Ryan O'Neal aslında uğruna yanıp tutuştuğu ödülü 75. sayfadaki Her Şey Bitti anında kazanır. Ama bu sahte bir zaferdir; ortada bildik ne kadar suçlu varsa ödül törenine çullanıp zafer anını bozar ve Üçüncü Perde'deki aksiyonu harekete geçirirler. Aşka Vakit Yok'un orta noktası ve Her Şey Bitti anları "düşüş" orta noktasını gösteren anlardır. Orta nokta ya sahte bir zafer ya da sahte bir yenilgidir; Her Şey Bitti de onun zıddıdır.

Bana inanmıyor musunuz?

Kendi janrınızdan kiraladığınız filmleri alıp bu orta nokta-Her Şey Bitti ekseninin olmadığı bir film var mı diye bakın.

Kötü Adamlar Yaklaşıyor (55-75)

Sayfa 55'ten 75'e –orta noktadan Her Şey Bitti'ye– kadar olan bölüm, senaryonun en zor bölümüdür. (Buyurun, acı ama gerçek!) Beni en çok zorlayan bölüm olmaktan hiç vazgeçmedi. Üstesinden gelmenin kendinize zorla bir yol açmaktan başka bir yöntemi de yok.

Katırlık becerileriniz burada devreye giriyor!

"Kötü Adamlar Yaklaşıyor" terimi, kahramanın orta noktada kendini bulduğu durum için kullanılır. Her şey yolunda gibidir, kötü adamlar –kötü adam; bir insan, bir olgu ya da bir nesne de olabilir– geçici bir süreliğine yenilmiş olsa da, kahramanın ekibi mükemmel bir uyum içinde gibi görünse de henüz işimiz bitmemiştir. Kötü adamların tekrar toplanmaya ve ağır toplarını yollamaya karar verdikleri nokta burasıdır. Kahramanın ekibinin yaşadığı grup içi anlaşmazlığın, kuşkunun ve kıskançlığın ekibi dağıtmaya başladığı nokta da aynı yerdir.

Kolay atlattığım bir Kötü Adamlar Yaklaşıyor bölümü hiç olmadı. *Açık Çek*'in en zayıf kısmı orasıdır. O zamanlar Colby'le hikâyemizi öldürdüğüne ikna olmuştuk. Sheldon Bull'la *Zalim Kızlar* (*Really Mean Girls*) isimli gençlik komedisini yazarken bu bölümde yine benzer bir zorluk çekmiştik. (Tina Fey'in o sırada *Kötü Kızlar*'ı (*Mean Girls*) yazdığından haberimizin olmamasını hiç saymıyorum!) Bizim ona çok benzer hikâyemizde de, ezilen dört kız, liselerinin en baskın ve kötücül sarışın kızlarına karşı koymaya karar veriyorlardı. Orta nokta itibariyle kızları kendi kötülüklerinde yenmeyi, pıllarını pırtılarını toplatıp yollamayı ve okuldaki üstün grup olmayı başarıyorlardı. Ee, ardından ne gelecekti? Sheldon'ın da benim de hiçbir fikrimiz yoktu.

Sancılı ve uzun bir düşünme döneminden sonra sorunun cevabını işin temellerine dönerek bulduk. Kötü kızlar doğal olarak yeniden toplanacaktı. Hatta yeniden toplanmalarını gösteren çok komik bir sahne bile yazdık. Ardından kahramanlarımızın grubunda yaşanan bir anlaşmazlık fikri geldi. Popülerliklerinden başları dönmüş bir halde, her biri kazandıkları zaferi kendine yontacak, içlerinde en popüler olanın hangisi olduğuna dair tartışma onları bölmeye başlayacaktı. Her Şey Bitti'den itibaren, işler orta noktadaki halinin tam tersine dönüşecekti: Kötü kızlar "hakları olan" yere dönecekler, kahramanlarımız da alandan utanç içinde ayrılacaklardı. Her şeyin *gerçekten* bittiği bir an.

Bu basit dinamiği çözmemiz haftalarımızı aldı. Ancak şimdi bakınca ne kadar bariz geliyor. Çözene kadar asla bilmiyorduk.

Bu, herhangi bir senaryonun Kötü Adamlar Yaklaşıyor bölümünde olması gereken şeyin tipik bir örneği. Kahramanın karşısına dizilmiş, içeriden ya da dışarıdan gelen düşmanlar kontrollerini artırırlar. Kötüler vazgeçmez, kahramanın da yardım istemek için gideceği hiçbir yer yoktur. Tek başına kalmıştır ve göğüs germek zorundadır. Dev bir düşüşe doğru ilerlemektedir...

Bu da bizi şuna getiriyor:

Her Şey Bitti (75)

Yukarıda söylediğim gibi Her Şey Bitti anı iyi ve yapısı sağlam kurulmuş bir senaryonun 75. sayfasında gerçekleşir. Bir "yükseliş" veya "düşüş" bakımından orta noktanın tam tersi olduğunu biliyoruz. Ayrıca senaryoda çoğunlukla "sahte yenilgi" denilen noktadır. Her şey kapkara görünse de bu sadece geçici bir durumdur. Ama büsbütün bir yenilgiymiş gibi görünür. Kahramanın hayatı her yönden darmadağındır. Bir dolu yıkıntı. Hiç umut yok.

Ama her Her Şey Bitti anına biraz çeşni olsun diye koyduğum ufak bir meslek sırrım var. Çoğu hit filmde olan bir şey. Ben hafif bir ölüm kokusu diyorum buna.

Harika birçok filmin Her Şey Bitti noktasını birini öldürmek için kullandığını fark etmeye başlamıştım. *Yıldız Savaşları*'ndaki Obi Wan bunun en iyi örneği: Luke ondan sonra ne yapacak? Her Şey Bitti, öğrencileri muhtemelen "ihtiyaçları olan her şeyin başından beri aslında kendi içlerinde olduğunu" keşfedebilsin diye akıl hocalarının öldüğü yerdir. Akıl hocasının ölümü karakterin bunu ispat etmesinin önündeki engelleri kaldırır.

Ama bir Obi Wan karakteriniz yoksa ne olacak? Ya ölüm, hikâyenizin yanından bile geçmiyorsa? Hiç fark etmez. Her Şey Bitti anına, bir şey sıkıştırın, içinde ölüm olan herhangi bir şey. Her seferinde işler. İster hikâyenin ayrılmaz bir parçası olsun ister sadece sembolik bir şey, ölen bir şeye bir gönderme yapın. Her şey olabi-

lir. Saksıda bir çiçek. Bir Japonbalığı. Çok sevilen bir halanın vefat haberi. Hepsi aynı şey. Sebebi, Her Şey Bitti vurgusunun "çarmıha gerilen İsa" anı olması. Eski dünyanın, eski karakterin, eski düşünme biçiminin öldüğü yer. Bu vurgu, tezin –eski olanın– ve antitezin –eski olanın tepetaklak edilmiş versiyonu– birleşip kaynaşmasının ve senteze, yani yeni bir dünyaya, yeni bir hayata dönüşmesinin önündeki engelleri temizler. Ve öldüğünü gösterdiğiniz şey, bir Japonbalığı bile olsa, anlamlı gelecek ve o Her Şey Bitti anını daha da dokunaklı kılacak.

Bu herkesin bildiği gerçeğin karşınıza nerelerde çıktığına şaşarsınız. Will Ferrell'ın oynadığı komedi hiti *Elf*'te filmi yapanlar BS2'ye sıkı sıkı bağlı kaldılar. Hatta filmde hafif bir ölüm kokusunun açıkça duyulduğu bir an bile var.

Film, Noel Baba'nın yaşadığı Kuzey Kutbu'nda bir *elf* olarak büyütülmüş bir insan (Will) hakkındadır. Hikâyede, Will "gerçek babası" James Caan'ı bulmak için New York'a gider. İkinci Per-



Will Ferrell, *Elf* filminin Her Şey Bitti anında intihar etmeyi düşünürken "hafif bir ölüm kokusu" alır.

de'nin tepetaklak olmuş matrak dünyası klasik bir antitez karakterini barındırır: Büyük bir mağazada Noel zamanı *elf* kostümüyle çalışan, Will'in hoşlandığı kadın. Ama sonra zavallı Will için bir gece her şey kâbusa dönüştüğünde, gerçek babası onu reddedip dünya çok çetrefilli bir yer haline geldiğinde 75. sayfada bir ölüm anı bile görürüz. Will, şehirdeki bir köprünün üstünde durur, köprünün çooook aşağısındaki suya bakar. Açıkça intihar etmeyi düşünmektedir. Sinemada bu filmi gördüğüm zaman neredeyse "Bakın! Ölüm kokusu geliyor!" diye bağıracaktım ama kendimi tutmayı başardım. Ama yine de oradaydı işte, gün gibi ortadaydı.

Taradığınız onlarca filme bir bakın ve Her Şey Bitti noktalarını bulun. Herhangi bir yönüyle de olsa hafif bir ölüm kokusu anı var mı? Çoğunda mutlaka olacaktır. Tüm iyi, köklü hikâyelerde olmak zorundadır. Bizde bu kadar karşılık bulması boşa değil.

Ruhun Karanlık Gecesi (75-85)

Şimdi Her Şey Bitti noktasındaki ölüm anının ortasındasınız ama bu anı yaşayan karakteriniz ne hissediyor? Bu sorunun cevabı, senaryoda benim Ruhun Karanlık Gecesi dediğim bölümde verilir. Beş saniye de sürebilir, beş dakika da. Ama hep vardır. Ve elzemdir. İsminden de anlaşılacağı gibi şafak sökmeden önceki karanlıktır. Kahramanın kendini de etrafındakileri de kurtaracak son ve en iyi fikrini iyice derine inip, çekip çıkarmadan hemen önceki noktadır. Ama içinde bulunduğu anda görünürde o fikirden eser yoktur.

Bu anı neden görmek zorundayız bilmiyorum ama mecburuz. Bu, "Tanrım, beni niçin terk ettin?" vurgusudur. Bence işlemesinin sebebi, bir kez daha, çok köklü ve temel olması. Hepimizin başına gelmiştir: Umutsuz, çaresiz, sarhoş ve aptal olmak. Patlak tekerlek ve cebimizde beş kuruşla yol kenarında oturmak ve hayatlarımızı kurtaracak o büyük randevuya geç kalmak... O zaman, işte ancak o zaman, kendi küçüklüğümüzü ve insanlığımızı itiraf edip olaylar üstündeki kontrolümüzü kadere bırakıp bir çözüm bulabiliriz. Ders çıkarabilmek için yenilmemiz ve yenildiğimizi *bilmemiz* gerekir.

Ruhun Karanlık Gecesi bu noktadır. Komedilerde de dramlarda da vardır çünkü gerçektir ve hepimiz özdeşleşebiliriz. İyi ve yapısı sağlam kurulmuş bir senaryoda 75 ve 85. sayfalar arasında olur. İyi ki de öyle çünkü 85. sayfadan itibaren, kahraman sonunda işi anladığında...

Üçe Bölünme (85)

...Oleey! Çözümün de farkına varır!

Yan hikâyedeki (aşk hikâyesi) karakterler, yan hikâyede temanın tartışıldığı tüm konuşmalar ve ana hikâyede kazanan, sonra yeniden yaklaşmaya başlayan kötü adamları yenmenin bir yolunu keşfetmeye çalışan kahramanın güçlü ve son bir gayreti sayesinde... İşte! Cevap bulundu!!

Şimdi artık bir araya gelip iç içe geçen hem dış hikâyede (ana hikâye) hem de iç hikâyede (yan hikâye) kahraman üstün gelmiş, her sınavdan geçmiş, çözümü bulmak için derinlere inmiştir. Artık tek yapması gereken çözümü uygulamaktır.

Ana ve yan hikâyelerin klasik kaynaşması kahramanın, "kızdan" iki meseleyi de nasıl çözeceğine dair (kötü adamları yenmek *ve* sevdiğinin kalbini kazanmak) ipucu almasıyla olur.

Sorunu çözmek için bir fikir doğmuştur.

Sentez dünyasının ortaya çıkışı an meselesidir.

Final (85-110)

Final, Üçüncü Perde'dir. Her şeyi toparladığımız yer burası. Çıkarılan tüm derslerin uygulandığı yer. Karakterin kendine özgü huylarında ustalaşılan yer burası. Ana ve yan hikâyenin kahraman için zaferle sonlandığı yer burası. Eski dünyanın alabora olduğu, yeni bir dünya düzeninin yaratıldığı yer – hepsi de İkinci Perde'nin tepetaklak, antitez dünyasında edindiği tecrübelere dayanarak yol gösteren kahraman sayesinde.

Final bölümü, küçükten büyüğe, tüm kötü adamların ortadan kalkmalarını zorunlu kılar. Önce baş yardımcılar ve yardakçı-

lar ölür, sonra sıra patrona gelir. "Sorunun" esas kaynağı –bir insan ya da bir şey– yeni dünya düzeninin var olabilmesi için ortadan tamamen kaldırılmalıdır. Bunun ne kadar doğru olduğunu anlamak için izlediğiniz tüm filmlerdeki örnekleri düşünün. Final bölümü, yeni bir toplumun doğduğu yerdir. Kahramanın zafer kazanması yetmez, dünyayı değiştirmelidir. Final, bunun olduğu yerdir ve duygusal açıdan tatmin edici bir biçimde yapılmalıdır.

Kapanış Resmi (110)

Daha önce de belirtildiği gibi bir filmin kapanış resmi, açılış resminin zıddıdır. Filmde bir değişim yaşandığının ve o değişimin gerçek olduğunun kanıtıdır. Eğer o kapanış resminiz yoksa ya da filminize nasıl uygulayacağınızı anlayamıyorsanız geri dönün, yaptığınız hesapları kontrol edin: İkinci Perde'de üst üste koyduğunuzda bir toplama varmayan bir şey var.

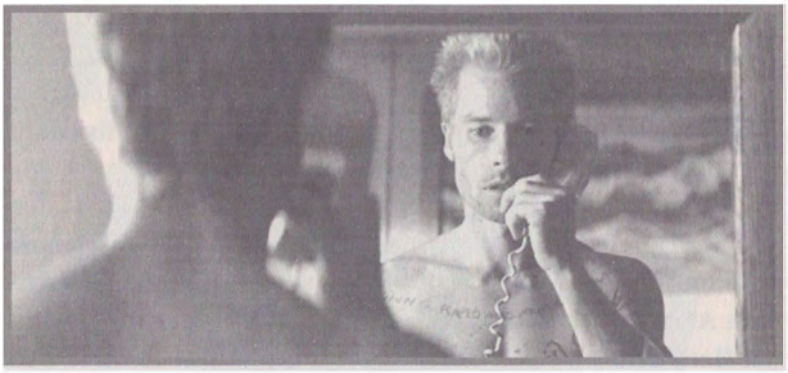
Özet

Şimdi bu 15 vurguyu da önünüze serdim, *Aşka Vakit Yok* gibi örnekler kullandım... Eminim şimdi aranızdaki genç, havalı ve senaryo yazan çok bilmişler "hı hı, tamam amcacığım" diyordur. "Senin zamanında belki öyleydi ama artık bizim bunlara ihtiyacımız yok." "Biz 'hoşlanacağımız' kahramanları artık gerekli görmüyoruz (*Lara Croft*'a bayılıyorsunuz!!!), o sıkıcı hikâye vurgularının da modası çoktan geçti. Kim ne yapsın onları? *Memento* var bir kere!!"

İtirazlarınızın temel gestaltını anlamış mıyım?

Eğer öyleyse, her ne kadar örneklerimin arasında çeşni niyetine *Bu Nasıl Sarışın* gibi daha yeni filmler serpiştirdiysem de, bu şeylerin geçerli olduğunu söylesem de bana inanmayabilirsiniz. Ama hâlâ geçerli. Hep de geçerli olacak.

O yüzden sizin gibi hayır diyen hayırcılar için kendi janrımdan (ailece izlenebilecek komediler) bu vurguların sizin de uzmanlaşmanız gereken modern dünyada nasıl geçerli olduğunu gösterecek bir örnek kullanmama izin verin.



Gişede çok az iş yapan sanat filmi harikası *Memento*'nun da gösterdiği gibi varoluşsal ikilem filmleri gösterime girdiği gibi kalkar. Bir numara mı yapıyor yoksa gerçekten sıkıcı bir film mi, kararı siz verin.

Ha, bir de, sallayın *Memento*'yu!

100 milyon dolarlık bir gişe hitini örnek olarak kullanalım. O zaman memnun olur musunuz? BS2'deki tüm vurguları karşılayan, şahane oyunculu şahane bir afişe ve *logline*'a bakalım: Sandra Bullock komedisi *Güzel Dedektif*.

Her şeyden önce, harika bir adı var. *Logline*'ı da –çirkin ördek yavrusu FBI ajanı, bir katili yakalamak için Miss Amerika güzellik yarışmasına yarışmacı kılığında sızar– Birinci Bölüm'deki dört unsuru da kesinlikle karşılıyor: ironi, güçlü bir zihinsel imaj, izleyici ve bütçe ile çekici bir ad. Bakalım, BS2'ye göre vurguların ritmini de tutabiliyor mu?

Güzel Dedektif
(15 vurguda 100 milyon dolar hasılatlı bir komedi)

Açılış Resmi: *Güzel Dedektif*, Sandra Bullock'un karakterinin oyun parkının bıçkını olduğu bir *flashback*'le açılır. Resim şudur: Sandra'nın etrafı oğlanlarla çevrilmiştir. Geleneksel olarak erkek-

lerle özdeşleştirilen şeyleri yapan bir kızdır. Sandra, onları dövmektedir. Sandra'nın sorunları vardır. KESME: Günümüz. Sandra'nın etrafı hâlâ erkeklerle sarılıdır, hâlâ erkeklerle özdeşleştirilen şeyleri yapmaktadır ama bir FBI ajanıdır. Erkeklerin dünyasında kendini rahat hissetmektedir – az çok.

Tema Belirtilir: Sandra, "feminen" olmak için endişe etmesi gerekmediğini çünkü FBI ajanı olduğunu söyler. Bu söz, filmin teması. Ama doğru mu? Göreceğiz. Film, kadınlık konusunu araştıracak. Hem sert *hem de* bir kadın olmanın artıları ve eksileri üzerine bir deneme. İkisi de olmanız mümkün mü? Film işte bunun *hakkında.*

Kuruluş: 10. sayfada filmin ana hikâyesinde görünecek ve dünyayı "kuracak" herkesi tanıdık. Sandra'nın biraz hoşlanır gibi olduğu Benjamin Bratt'i tanıdık. Ama Sandra onun kapsama alanına girmez, o Sandra'nın alay ettiği "şık ve zarif" kadınlardan hoşlanır. Ayrıca Sandra'nın patronuyla (Ernie Hudson) ve FBI dünyasıyla tanışırız. Zorlu bir dünyadır, erkekler kulübüdür ve Sandra da o dünyayla bir uyum halindedir. Her ne kadar zor anlaşılan, saçı kötü, sosyal hayatı olmayan bir *nerd* olsa da yine de mutlu *görünür* – bir fırtınanın yaklaştığını hissettiren klasik bir kuruluş. Durum böyle kalamaz. Durağanlık eşittir ölüm.

Katalizör: Klasik bir maceraya çağrı anı. Miss Amerika Güzellik Yarışması'nda bir cinayet tehdidi haberi gelir. Yarışmanın sorumlularıyla da tanışırız: Candice Bergen ve oğlu, onların Bert Parks'ı[15] olan William Shatner'la perukası – çok da spor bir model! Cinayetleri durdurmak için yarışmacı kılığına girecek bir kadın ajan gerektiren bir plan yaparlar. Mevcut tüm kadın FBI ajanları veri tabanı içinden... Sandra'yı seçerler.

[15] 1955'ten 1979 yılına kadar Miss Amerika'yı sunmuş Amerikalı oyuncu, şarkısı ve spiker. (ç.n.)



Perde değişsin, oyunlar ve eğlence başlasın. Çirkin ördek yavrusu Sandra Bullock *Güzel Dedektif*'in İkinci Perdesi'ne doğru büyük ve kararlı adımlarla ilerlerken mini eteğiyle çok çok çok çekici görünüyor.

Tartışma: Ama kıvırabilecek mi? Bu bölümün tartışma sorusu bu. Sandra'yı seksi bir kadına dönüştürme görevini üstlenen akıl hocasıyla (Michael Caine) yaşanan birkaç komik andan sonra bu soru cevaplanır.

İkiye Bölünme: Sandra, görünüşü tamamen değiştikten sonra dışarı çıkar, mini eteğiyle çok çok çok çekici görünmektedir. Benjamin bile etkilenir. Sonra tökezler. İşi kolay değildir ama Sandra denemeye hazırdır! O zaman perde değişsin ve İkinci Perde başlasın!

Oyunlar ve Eğlence: Klasik bir önermenin sözü. İçinde de tüm komik fragman anları var. Miss Amerika Güzellik Yarışması'na silahlı bir FBI ajanı sızar. Sandra'nın su bardaklarıyla yaptığı yetenek şovu bir şüpheliyi enselemek için sahneden atlamasıyla

biter vs. Balık sudan çıkmıştır, yaşanan kavga şakalarla sonuçlanır. Bu filme bu yüzden geldik. Afişi gördüğümüzde bizi cezbeden şey buydu. Ve ayrıca eğlenceli!

Yan Hikâye: Buradaki aşk hikâyesi aslında Sandra ve diğer kadın yarışmacılar arasında. Neden? Çünkü film kadınlık hakkında ve Sandra bu dünyayı tanımıyor. Kadınlığın güldüren ayna versiyonlarıyla dolu – her yarışmacının bir yeteneği ve kendilerine özgü tuhaflıkları var ve Sandra şaşırsa da hepsi onu seviyor, ona ihtiyaç duyuyor. Filmin mesajını ve merkezini ileten şey Sandra'nın Kadınlar Dünyası'na ait kadınlarla yaşadığı etkileşimi olur. Film bitmeden Sandra, Benjamin'le öpüşme noktasına gelse de "feminen" tarafını öğrenmesi, geliştirmesi ve keşfetmesi kadınlar sayesinde olacaktır.

Orta Nokta: Güzellik yarışmasında yeni bir tehdidin duyurulması ve Sandra'nın aldığı risklerin de kazanacaklarının da artmasıyla oyunlar ve eğlence sona erer. Tüm eğlenceli şeylerin hepsini gördük (Sandra'nın su bardakları), şüphelileri tanıdık, erkeklerle özdeşleştirilen şeyleri yapan bir kadının bir zamanlar tuhaf bulduğu kadınlarla iletişime geçtiğini gördük. Şimdi asıl dert başlıyor.

Kötü Adamlar Yaklaşıyor: Sandra'nın "feminenliği"yle ilgili şüpheleri artar, akıl hocasıyla yaşadığı çatışma derinleşir ve –bu durumda gerçekten– kötü adamlar yaklaşır, yarışmanın gölgelerinde kaybolurlar. Kimse ölmemiş olsa da şüpheliler listesi vardır.

Her Şey Bitti: Patronu çekilmesini söyler ama Sandra reddeder. Elinde bir şüpheli için ipucu vardır. Ama patronu ültimatomunu verir: Ya olaydan çekilecek ya kovulacak. Sandra yarışmada kalmayı tercih eder. Böylece klasik bir Her Şey Bitti anına da ulaşmış olur: *Filmin başındaki halinden çok daha kötü bir durumdadır!* Hafif bir ölüm kokusu burada Sandra'nın ölen kimliğinden gelir. "Polis

rozeti" olmadan, o kimdir ki? Akıl hocası (Caine) bile ona yardım edemez. Ama ona son bir silah verir: Yeni bir elbise.

Ruhun Karanlık Gecesi: Sandra yarışmanın finaline gider. Tam bir yıkıntı halindedir. Tam bir FBI ajanı da tam bir "kadın" da olamamanın cehenneminde kaybolmuştur. Şimdi ne yapacak?

Üçe Bölünme: Kadınlar Dünyası'nda edindiği arkadaşların yardımıyla Sandra, yarışmanın finali için diğer yarışmacılar tarafından toparlanır. Bir zamanlar ona yabancı olan bir şey ona kucak açar, diğer kadınların onu gerçekten umursadığından da emin olunca Sandra hayata döner. Kadınlar Sandra'ya yardım ederek kendilerine de yardım etmiş olurlar.

Final: Yarışma. Sandra tüm zorluklara rağmen inatla gösterisinin yetenek bölümünde Benjamin'le birlikte sahnede ajanlık yeteneklerini kullanırken klasik bir sentez yaşanır. İki dünya birbiri içinde erir ve Tema Belirtilir'de öne atılan soruya bu sentez cevap verir: Evet! Hem sert *hem de* seksi olabilir. Sandra kötü adamları, Candice ve oğlunu, yakalar. (Candice'in kendi "kadınlığına" dair çarpık görüşü, yarışmayı sabote etmesine neden olmuştur.) Sandra kadınlar arasında bir "kadın" olarak kendini kanıtlamıştır. Kötü adamları da adalete teslim etmiştir.

Kapanış Resmi: *Güzel Dedektif*, açılış resminin zıddıyla kapanır: Sandra'nın etrafı kadınlarla çevrilmiştir. Arkadaşları Sandra'ya uğruna yanıp tutuşulan ödülü verirler – epey büyük bir değişim!

Gerçek Mutlu Son: Filmin kendi ülkesinde yaptığı 100 milyon dolarlık gişe hasılatı.

Şimdi artık işlediğini bildiğinize göre bu vurguları kendi senaryonuza nasıl uygulayacağınızı düşünmeye başlayabilirsiniz.

Alıştırmalar

1. BS2'yi yazıp bir kâğıda geçirin ve gittiğiniz her yerde yanınızda taşıyın. Ne zaman boş bir anınız olsa, favori filmlerinizden birini düşünün. O filmdeki vurgular, 15 boşluğun her birine derli toplu, bir cümlelik açıklamalar olarak sığıyor mu?
2. Blockbuster'a yine gidin (sizden bunalmadılar mı hâlâ acaba?) ve yazdığınız filmin janrından birkaç film alın. Oturup bu filmlerdeki vurguların sihirli bir biçimde BS2'deki boşlukları doldurmasını izleyin.
3. Ekstra kredi almak istiyorsanız *Memento*'yu inceleyin. Evet, eğlenceli bir film; evet, "Dertli Adam" janr kategorisine bile giriyor. BS2'nin vurgularını da karşılıyor mu? Yoksa başka hiçbir filme uyarlanamayacak bir numara mı? İPUCU: Etrafında kopan tüm yaygaraya rağmen tahmin edin ne kadar gişe yaptı?

Ve eğer ciddi bir biçimde *Memento*'nun modern toplumdaki değerini tartışmak istiyorsanız, lütfen çekinmeyin ve Birinci Bölüm'de verilen e-posta adresimden bana ulaşın. Ama benden gelecek acayip bir argümana da hazır olun! *Memento* ne kadar gişe yaptı, *biliyorum*.

Beşinci Bölüm
Bir Canavar Yaratmak



Eğer şanslıysak bir guru buluruz. Bunlar, çıktığımız yolda karşılaştığımız, bizden daha bilge ve –buna şaşırsak da– bildikleri şeyleri paylaşmak isteyen insanlardır. Senaryo yazarlığı işinde tanıştığım ilk guru Mike Cheda'ydı. 20 yıl boyunca da herhangi bir film hikâyesindeki sorunları görebilme, anlayabilme ve çözebilme yeteneğiyle beni hep şaşırttı.

Mike'la ilk kez Barry & Enright'ta geliştirme bölümünün başıyken tanıştım. Aynı sıfatla Disney'de de çalıştı. Ayrıca HBO ve Once Upon a Time Production'da geliştirme bölümünde yardımcı yöneticilik yaptı. Yıllar içinde Mike yüzlerce film ve televizyon projesi geliştirdi – ilk konseptinden bitmiş kurgusuna kadar. Sadece bu ve başka şirketlere yöneticilik yapmakla kalmadı, kendisi de Cuba Gooding Jr. ve Dash Riprock'a[16] benzeyen Skeet Ulrich'in oynadığı *Soğuk Bomba*'yı da (*Chill Factor*) yazdı.

Mike Cheda hangi unvana bürünürse bürünsün –yönetici, yazar ya da yapımcı– nereye giderse gitsin, onun hikâyelere sihirli dokunuşu efsanevidir. Çok maharetli bir savaşçıdır; onca zaferinin arasında bir de Patrick Swayze filmi *Adaleti Ararken*'in (*Next of Kin*) hikâyesini çözmüş olmak vardır. Her ne kadar bağımsız bir senaryo yazarının yazdığı ve milyon dolar aralığında satılmış bir senar-

[16] 60'lı yılların dizisi *The Beverly Hillbillies*'in bir karakteri. (ç.n.)

yo olsa da *Adaleti Ararken*'in çekim onayından önce ince ayar gerektiren sorunları vardı – onları çözen de Mike'tı. Mike bana bu olayın gerçekleştiği *yeri* bile gösterdi. Bir gün nasıl çözeceğimizi bilmediğimiz için kendimizden nefret ettiğimiz, umutsuzluktan boynumuz bükük bir halde üstünde uğraştığımız hikâyeye bir ara vermiştik. Century City'de[17] yürürken Mike kaldırımın o kutsal kısmında durdu.

Jacob Bronowski[18] edasıyla "Burasıydı" dedi. *Adaleti Ararken*'in sorunlarını çözmek için benzer bir arındırıcı yürüyüşe çıktığı, aklının çözüm yerine ne kadar yanlış fikir varsa onlarla dolu olduğu ama sonra doğru cevabı bulduğu yer. "Bir anda dank etti. Kovboylarla Amerikan Yerlileri!" Ve gerçekten de *Adaleti Ararken*'in yapımcılarına sunduğu bu basit yapı, senaryonun ikinci yazımını şekillendirmişti. Kariyeri boyunca Mike böyle çok an yaşadı. Sicim teorisi çalışan bir fizikçi gibi hikâye becerilerini hep kusursuz hale getirmeye çalışır. Yöntemleri çoğunlukla bize başka bir dünyadanmış gibi gelir ama neredeyse her zaman o yöntemlerin ne kadar olağanüstü olduğu kanıtlanır.

Yakın zamanda Mike'la karşılaştığımızda bulduğu yeni fikirleri sordum. Çantasından ressamların kullandığı bir eskiz defteri çıkarıp neşe içinde, hevesle açtı. Defter spiral ciltle ortadan ayrıldığı için sayfaları normal bir defterinkinden daha büyüktü. İki sayfayı boylu boyunca kesen, dört yatay sıra oluşturan üç düz çizgi çekmişti. Bu dört eşit satırın ortasında kâğıttan kesip çıkarılmış kareler vardı. Her kare üstünde çalıştığı film hikâyesinin vurgularını gösteriyordu.

Mike çılgın bir biliminsanı gibi "Portatif" deyip kıkırdadı.

"Haa!" dedim. "Tahta."

İkimiz de saygıyla onayladık.

Tahta.

[17] Fox Stüdyoları'nın da bulunduğu, yüksek binalı otellerin, ofislerin, şık restoranların, İtalyan bistroların olduğu semt. (ç.n.)

[18] İngiliz matematikçi, tiyatro yazarı, şair ve mucit. (ç.n.)

"Tahta"nın Başındakiler

"Tahta", bir senaryo yazarının elinin altında olması gereken büyük ihtimalle en elzem ekipman. Kâğıt, kalem ve dizüstü bilgisayara ek olarak. Senelerce ne zaman birinin ofisine girip duvarda bir tahta görsem gülmeden duramadım çünkü o tahtanın ne olduğunu da, "migren-atağım-tuttu-geçmiyor" anlamına geldiğini de biliyorum. Tahtaların türlü çeşitleri ve boyutları olur: Tebeşir tozuyla kaplanmış karatahtalar; vurguları olduğu yerde tutan raptiyelerin, dizin kartlarının olduğu mantar panolar; hatta çekimler sırasında hemen o an senaryoya tekrar çalışmanız gerektiğinde kaldığınız otel odasının duvarlarına seloteyple yapıştırılan sarı not defteri sayfaları. Tahta evrenseldir. Yine de bildiğim tüm senaryo yazarlığı kurslarının hiçbirinde bu çok işe yarayan araçtan bahsedildiğini hiç ama hiç duymadım.

O yüzden boş verin onları, biz konuşalım!

20 yıl önce gördüğüm ilk tahta Mike Cheda'nın Barry & Enright'taki ofis duvarındaydı. Naiftim, daha önce hiç Tahta görmemiştim –üstelik o zamana kadar birkaç senaryo için birilerinin bana para ödemişliği bile vardı–, ne için kullanılabileceğini de tahmin edemiyordum. Sonuçta insan hemen işin başına *oturur*, yazmaya *başlar*, sahneleri de olacağına bırakmaz mı? Eöö, şey... öyle hemen kendiliğinden olmuyor muydu?

Ben hep öyle yapıyordum.

Ama Tahta'nın başındaki asıl adam Mike Cheda sayesinde sadece bir senaryoyu Tahta'yı kullanarak planlamanın ne kadar hayati bir önem taşıdığını anlamakla kalmadım. Elde ettiğim sonucu iyice güçlendirmek için yine Tahta'yı nasıl kullanacağımı da öyle öğrendim. O zamandan beri de çok sık kullandım. Ben, duvara asıp uzun uzun bakabileceğim büyük bir mantar pano kullanıyorum. Bir kutu dizin kartı, bir kutu raptiye alıp vurgularımı Tahta'ya tutturmak, istediğim zaman da yerlerini değiştirmek hoşuma gidiyor. Lastiklerle paketlediğim, yazılmış ya da yazılmayı bekleyen senaryo projelerine göre ayrılmış dizin kartlarım var. O senaryo-

lardan birine tekrar dönmek için yapmam gereken tek şey kartları paketlerden çıkarıp Tahta'ya ayrı ayrı yerleştirdikten sonra nerede kaldığımı –ve Mike'ı aramam gerekip gerekmediğini– anlamak için Tahta'ya bakmak.

Tahta, senaryoyu yazmaya başlamadan önce filminizi "görmeniz"in bir yolu. Farklı sahneleri, hikâye eğrisini, fikirleri, diyalog parçalarını ve hikâye ritimlerini test etmenin, işleyip işlemediğine –ya da ne kadar berbat olduğuna– karar vermenin bir yolu. O sırada tam manasıyla yazıyor sayılmayabilirsiniz, senaryonuzu bir heyecan gerçekten yazmaya oturduğunuzda Tahta'da mükemmel görünen plandan tamamen vazgeçebilirsiniz de... Ama işe başlamadan senaryonuzdaki tuhaflıkları fark edebileceğiz tek yer Tahta. Olayların iyi örüldüğü bir senaryoyu gözünüzde canlandırmanızın yolu Tahta'dan geçer. Kendi ellerinizle mükemmel bir canavar yaratmanızda size yardımcı olabilecek bildiğim tek araç.

Ama Tahta'nın en büyük faydaları şunlar:

a. Somut bir şeydir; görüp, dokunabilirsiniz...

b. Çok zaman harcatır.

Tahta üstünde çalışma pratiği, klavyede gezinen parmaklarınızdan başka şeyler gerektirir. Kalemler, dizin kartları, raptiyeler... İstediğiniz zaman dokunabildiğiniz, görebildiğiniz, oynayabildiğiniz her şey.

Tüm bunları yaparken ne kadar çok zaman harcayabileceğinizi söylemiş miydim?

Bütün bir öğleden sonranızı Staples'ta[19] ideal büyüklükte bir tahta arayarak geçirebilirsiniz. Ertesi sabahı da duvarınızda asacak yer arayarak... Dizin kartlarınızla gezebilirsiniz bile. Bir paketi cebinize atın, Starbucks'a yollanın, lastiğini çıkarın, orada oturup kartlarınızı saatlerce karıştırın, sahne sekanslarını, süs sahnelerinizi, kötü olayları ortaya yayın. Şahane bir şey!

[19] Kuzey Amerika'da 1500'den fazla mağazası olan kırtasiye ve ofis ürünleri satan zincir. (ç.n.)

En iyi tarafı da tüm bu görünürde saçma sapan, vakit kaybı işi yaparken hikâyenizin bambaşka bir biçimde bilinçdışınıza sızması. Çok iyi bir diyalog parçası mı geldi aklınıza? Karta yazıp Tahta'da ait olduğunu düşündüğünüz yere takın. Takip sekansı mı geldi aklınıza? Yerleştirin kartları ve şöyle bir bakın.

Artık baskısız bir çalışma sahası nasıl yaratılır anlatabilirsiniz! Boş sayfalara son. Hepsi alt tarafı dizin kartı boyutunda minicik minicik sayfalar. Dizin kartını kim niye dolduramasın?

"Hepsi iyi hoş da bunu ben nasıl kullanacağım?" diye soruyorsunuz. Ama siz de hep ben hep ben!

Tamam, şimdi de sizden ve sizin Tahta'nızdan bahsedelim.

Her Şey Sırayla

En rahat edeceğiniz türde ve boyda bir tahta aldınız, duvara astınız, şöyle bir baktınız. Boş, değil mi? Şimdi bir maskeleme bandından üç tane uzun şerit koparıp, dört eşit satır yapın. Daha da cesursanız bant yerine keçeli kalemle yapın. Her durumda şöyle görünecek:

BİRİNCİ PERDE (s. 1-25)
İKİNCİ PERDE (s. 25-55)
İKİNCİ PERDE (s. 55-85)
ÜÇÜNCÜ PERDE (s. 85-110)

Sıra #1, Birinci Perde (1'den 25'e kadar olan sayfalar); sıra #2 İkinci Perde'den orta noktaya kadar olan kısmı gösteriyor (25-55 arası); sıra #3 orta noktadan Üçe Bölünme'ye olan kadarını; sıra #4 Üçüncü Perde'den filmin kapanış resmine kadar olan bölümü gösterir (85-110).

Kolay görünüyor değil mi? E çünkü kolay. Bütün mesele o zaten. Bu aracı birkaç kez üst üste kullandığınızda iyice aşina olacaksınız. Çok geçmeden bu hayali alanın köşeleri, açıklıkları, bir oyuncak araba pisti gibi eskimiş, hoş bir coğrafyaya dönüşecek.

Her satır sonunun hikâyenizin menteşeleri olduğunu hemen göreceksiniz. İkiye Bölünme, orta nokta ve Üçe Bölünme, dönüm noktalarının olduğu yerde; birinci, ikinci ve üçüncü satırların sonunda görülür. Benim zihnimdeki senaryo haritasına bu mükemmelen oturuyor. Eğer Syd Field'ın her dönüm noktasının hikâyeyi başka bir yöne çevirdiği önermesine katılıyorsanız, nerede gerçekleştiğini de tam olarak görürsünüz.

Şimdi benim de elimde taptaze, temiz, yepyeni bir kart paketi var. (Jelatinini çıkarmak çok eğlenceli!) Bir avuç Pentel kalemim (Clint Eastwood'un oynadığı film *Bir Avuç Dolar*'dı, Bir Avuç Pentel *değil*), bir kutu rengârenk raptiyemle ilk kartımı takmaya hazırım. Zamanımı olabildiğince boşa harcamak için filmin adını bir karta çok düzgün bir el yazısıyla yazar, kartı Tahta'nın tepesine takar ve bir adım geri çekilirim. Birkaç haftada ya da birkaç ayda Tahta ufak kâğıt parçaları, oklar, renk kodları ve esrarlı şifrelerle dolacak. Şimdilik temiz.

Hazır fırsatınız varken tadını çıkarın evladım.

Tamam. Başlayalım artık.

Bu dizin kartlarına ne isterseniz onu yazabilirsiniz ama kartlar öncelikli olarak sahneleri belirtmek için kullanılır. Bittiğinde 40 kartınız olacak –sayın, tam 40 olsun–, daha fazla değil. Ama şimdilik işin bu kaba aşamasında biraz rahat takılacağız. Ne kadar çok istiyorsanız o kadar kullanın. Ama elinizdeki kartlar biterse Staples'a tekrar gitmeniz gerekeceğinden daha çok zamanınız boşa gidecek – o yüzden bitirin gitsin!

Son 40 kartınızda olması gereken şeyler çok basit. Her kart bir sahneyi simgeliyor. Peki sahne nerede geçiyor? İÇ mi DIŞ mı? Takip sahneleri gibi birden fazla mekânda geçen çok sahneli bir sekans mı? Eğer gözünüzde canlandırabiliyorsanız, keçeli kalemle

yazın: İÇ / GÜN / JOE'NUN DAİRESİ. Her kart ayrıca sahnedeki temel aksiyonu basit, açıklayıcı cümlelerle anlatmalı. "Mary, Joe'ya boşanmak istediğini söyler." Daha spesifik bilgiler sonra not edilecek. Şimdilik sıradan bir vurgu veya sahne şöyle görünmeli:

İÇ / GÜN / JOE'NUN DAİRESİ
Mary, Joe'ya boşanmak istediğini söyler.

+/-
><

Herhangi bir hikâye anlatmaya giriştiğinizde, önce aklınızdaki en canlı fikirler hangi sahneler içinse onları Tahta'ya yayın. Filminize gireceğinden emin olduğunuz sahneler onlar. O sahneler sayesinde bu minnoşu başından beri yazmak istiyorsunuz. Çoğu zaman benim için o sahneler komik dekor sahnelerdir. Ardından kahramanı tanıttığımız harika sahne gelir, bir de belki son sahne olur. Neyse, her fikri bir karta yazıp Tahta'da ait olduğunu düşündüğünüz yere takın. Sonradan başka bir yere taşınabilir ya da tamamen vazgeçilebilir ama o sahneleri üstünüzden atmak o kadar iyi geliyor ki. Evet, hadi. Tamam, artık hepsi Tahta'da.

Şimdi yaptıklarınıza bir bakın.

Elinizde kocaman bir boş alan var. Yaa, şimdi iyi ki hemen yazmaya başlamamışım demiyor musunuz? Yazılmak için yanıp tutuşan o muhteşem fikirler şimdi pek de sizin düşündüğünüz kadar büyük gelmiyor. Fikirler bir kez not edildi ve Tahta'ya kondu diye hikâyenin kendi kendini yazmaya başlaması da pek ihtimal dahilinde değil gibi. Düşünürken size tastamam gelen, uygulanması çok kolay görünen filmin o harika başlangıcı, ortasındaki takip sahnesi veya dramatik hesaplaşma anı Tahta'ya çıplak bir halde asılınca o kadar da önemli görünmeyecek. Tahta'da hepsi

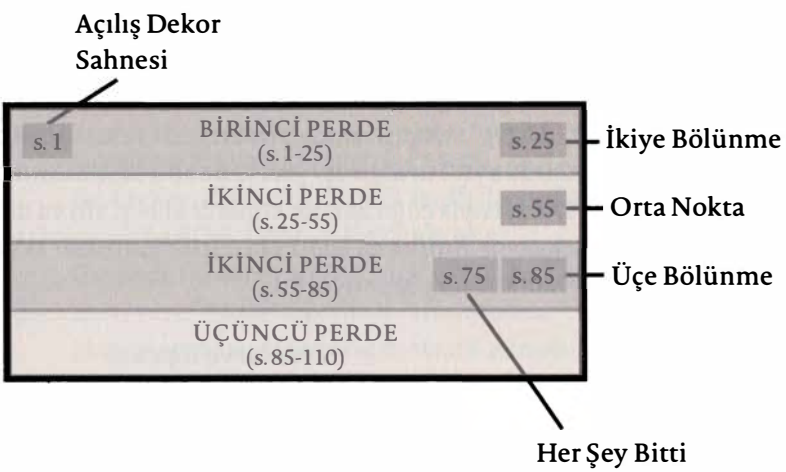
sadece bütünün küçük bir parçasıdır. Ama eğer o muhteşem sahnelerin canlandığını, yaşamak için bir *nedenlerinin* olduğunu görmek istiyorsanız, daha yapılacak işler var. İşin zor kısmı şimdi başlıyor.

Büyük Dönüm Noktaları

Tahta'ya tutturacağınız sonraki kartlar hikâyenin bağlantı yerleri: Orta nokta, İkinci Perde ayrımı, Birinci Perde ayrımı. BS2 avantajına sahip olduğunuz için bunların ne kadar hayati olduğunu biliyorsunuz. Siz bambaşka bir biçimde de yaklaşabilirsiniz ama ben hep önce büyük dönüm noktalarının çaresine bakarım.

Ben orta noktadan başlarım. Bir önceki bölümde tartışıldığı gibi, orta nokta ya bir "yükseliş" ya da bir "düşüş"tür. Kahramanınız (veya kahramanlarınız) 55. sayfada ya başını döndüren sahte bir zafer kazanacak ya da en az o zafer kadar sahte ve baş döndüren bir yenilgiye uğrayacak. Orta noktadan emin olmanız çoğu senaryoda size rehberlik edecek – zaten işe devam etmeden önce vermeniz gereken en önemli karar orta nokta. Birçoğumuz İkinci Perde ayrımını kolayca sabitler. Aklınızdaki film; kuruluştan, yaşanacak maceradan ya da en azından başlangıcından ibarettir. Ama film bundan sonra nereye gidecek? Sorunun cevabı orta noktada. O yüzden onu çözmeniz bu kadar önemli.

Orta noktanıza da karar verdikten sonra Her Şey Bitti anını bulmak çok zor olmayacaktır. Orta noktanın tersine çevrilmişi. Peki orta noktanın sahte zıddını yaratmak için tersine çevirebileceğimiz "yükseliş" ya da "düşüş" anları? İkisini birden ayarlamanız biraz zamanınızı alabilir ama deneyin. Bu iki noktayı belirledikten sonra, Üçe Bölünme genelde çocuk oyuncağı olur. Tahta'nız şimdi ete kemiğe bürünmeye başlıyor. Az çok şöyle olması gerek:



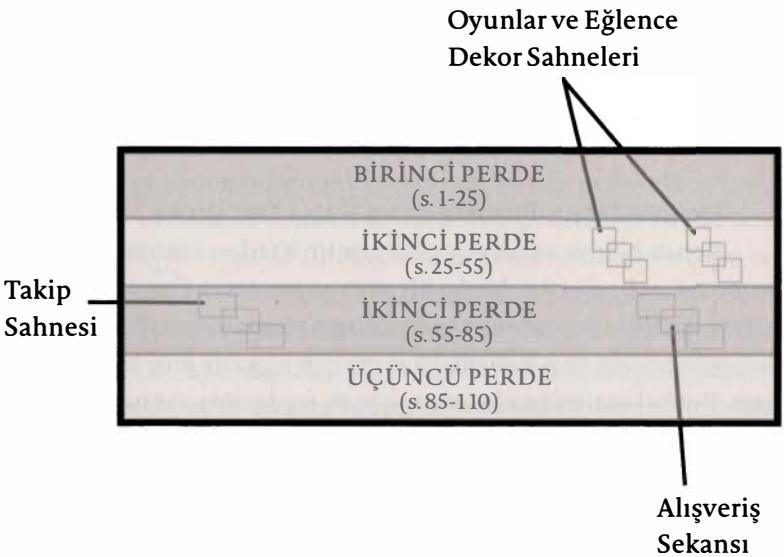
Dolup Taşan Perdeler ve Kara Delikler

Bence benim en büyük problemim kartları hikâye vurguları ve gerçek sahnelerden başka bir şey zannetmem. Özellikle de kuruluşu ve birinci perdenin aksiyonunu planladığım ilk aşamalarda böyle oluyor. Kendime ilk 10 sayfa için üç ya da dört kart veriyorum. Bu da katalizöre ulaşmam için üç ya da dört sahnem olduğu anlamına geliyor. Ama çoğu zaman önüme yaydığım kartlara bakınca yedi sekiz kart olduğunu fark ederim; üstlerinde de "Kahraman haksız yere suçlanan biridir", "kahraman saksafoncudur" filan gibi şeyler yazar. Halbuki bunlar sahne değil hikâyenin arka planı. Böyle kartların hepsi sonunda "Kahramanı tanırız" yazan tek bir kartta toplanır; o asıl sahnede de kahraman bir odaya girer, biz de onu ilk kez görürüz.

Bir önceki bölümde de belirttiğim gibi, hikâyenin arka planının çoğunun, kahramanların tuhaf huylarının, kuruluş bölümünde "kurulması" gerekir. Tüm şahane fikirleriniz kartlara yazılacak, hepsi iş çıkışı otobandaki BMW'ler gibi üst üste yığılacak. Ama hiç korkmayın, sonunda hepsi azalacak. Buradaki asıl dert hepsini üstünüzden atmak. Şimdi herhangi bir şeyi deneme, *her şeyi* düşün-

me ve hepsini oraya asıp neye benzediğini anlama zamanı.

Sahneler sekanslar halinde Tahta'ya dizildiğinde kafa karışıklığı daha da büyür. "Takip" sekanslarında birden fazla sahne olabilir, iç ve dış mekânlarda ayrı kurulumlar gerektirebilir ama aslında tek bir vurgudur. Dolayısıyla çoğu zaman elinizdeki beş, altı ya da yedi kart, tek bir sekanstır. Bunlar da sonunda tek bir kartta bir araya gelecek ama şimdilik şöyle görünüyordur:



Tahta'yı kullanmanın en iyi taraflarından biri, problemli noktaları kolayca tespit edebilmenizi sağlaması. Senaryonuzda bir kara delik varsa (senaryodaki büyük bir parçayı başka bir parçaya nasıl bağlayacağınızı bulamadığınız yer) fark edersiniz çünkü gözünü dikip Tahta'dan size bakar. Yapmanız gereken tek şey Tahta'ya bakıp ağlamak. Bir de inanın, o kara delikler oldukları yerde durup saatlerce, günlerce sizinle alay ediyor: "Ne oldu Blake? Çözemedin mi? Şey mi... HİKÂYE meselesi mi?" Ama en azından kara deliğin

nerede olduğunu, boş yerleri doldurmak için ne yapılması gerektiğini biliyorsunuz. Her satır başına doldurmanız gereken dokuz on kartınız var. Bir yolunu bulmak zorundasınız.

Bomboş Kalan Üçüncü Perde

Bu kartları dizmenin komik tarafı da şu: Başta neredeyse her zaman çok hafif bir Üçüncü Perdeniz olur.

Genelde iki kart vardır. Birinde "Kahraman şimdi ne yapacağına karar verir" yazar; diğerinde "Hesaplaşma"

Hah! Ne zaman öyle görsem ölecek gibi olurum.

Düzeltmek de hep ertelenir.

Korkmayın.

Sonunda o da dayanamayacak. Aklınıza fikirler hücum edecek, Üçüncü Perde de dolmaya başlayacak. Eğer öyle olmuyorsa Birinci Perde'ye dönün, tüm kuruluş bölümüne ve Düzeltilmesi Gereken Altı Şey'e bakın. Bunlar Üçüncü Perde'de sonuçlanıyor mu?

Cevabınız hayır mı? O zaman sonuca varmaları gerek.

Peki yan hikâyeniz? İster gerçek bir aşk hikâyesi olsun ister filmin tematik merkezi, onun da bir sonuca varması şart. Aslında ucu açık kalmış her şeyi, tüm yan hikâyeleri, tekrar eden imgeleri, temaları vs., bağlamayı düşündükçe senaryodaki tüm borç defterinin Üçüncü Perde'de kapatılması gerektiğini fark edersiniz. Başka nerede olacak ki? (Nasıl? Sinema salonunda kitapçık mı dağıtacaksınız?)

Peki kötü adamlara ne olacak? Süper-kötüyü öldürmeye giderken tüm yardımcılarını hallettiniz mi? Kahramanı küçük düşüren herkes hak ettiği cezayı aldı mı? Dünya kahramanın aksiyonlarıyla değişti mi? Çok geçmeden Üçüncü Perdenizin son sahnelerini dolduracak kartlar ve fikirlerle dopdolu olduğunu göreceksiniz. Bu işi yapmanız için 9 ya da 10 karta ihtiyacınız olacak.

Garantisini veririm.

Renk Kodları

Sıra çok *cool* bir şeye geldi. Ayrıca çok da zamanınızı yiyecek! Ama bir o kadar da önemli. Her karakterin hikâyesinin nasıl geliştiğini, diğer hikâyelerle nasıl kesiştiğini başarıyla halledebilmek için önce görmek gerek. Pentel kalemleriniz burada devreye giriyor. Her hikâyeyi bir renkle kodlayın. Meg'in hikâye kartları yeşille, Tom'unkiler kırmızıyla yazıldığında ne olduğuna bakın. Kartları Tahta'ya yerleştirdiğinizde, bir bakışta hikâyelerin nasıl iç içe geçtiğini –ya da üstünde yeniden çalışılması gerekip gerekmediğini– görebilirsiniz. Bu, Tahta *olmadan* nasıl yaşamış olduğunuza şaşıracağınız anlardan biri. Vurguları Tahta'da görmek, tüm bunları çözmeyi senaryonuzu yazma aşamasına bırakmış olsaydınız işin ne büyük bir kâbusa dönüşmüş olacağını da gösterir. Senaryo demek yapı demektir. Tıkır tıkır işleyen İsviçre malı duygu saatleri. İç içe geçmiş farklı renklerle işaretlenen hikâyelerinizi gördüğünüzde işi böyle planlamanın ne kadar hayati olduğunu fark edeceksiniz. Ama renk kodları başka şeyler için de kullanılabilir:

- *Temayı* ve *tekrar eden imajları* takip eden, geliştiren hikâye noktaları renklendirilebilir.
- *Yan karakterlerin hikâye grafikleri* Pentel kalemlerinizle işaretlenebilir.
- *Yan hikâyeler* de renk kodu işleminden geçebilir.

Bir kez renkli kartlarınızı yerli yerine koyduğunuzda, bir adım geri çekilip tasarımınızdaki dehayı (!) izleyebilirsiniz.

Elbette tüm bunların size nihayetinde zaman kazandırması amaçlanıyor. Senaryonuzun orta yerindeyken ne nereye girecek sorularıyla uğraşmaktan daha kötü ne olabilir? Soruların cevaplarını Tahta'da görmek de kartların yerlerini değiştirmek de kendi yazdığınız ve âşık olduğunuz senaryonun dev parçalarını oynatmaktan çok daha kolay. Diğer türlü yavrularınızı öldürmek için çok geç olacak. Önce düzenlerseniz yazmak da daha eğlenceli bir hale gelir.

Yalınlaştırmak

40 kart. Bitmiş tahtanız için size vereceğim kart sayısı. Her satır için yaklaşık 10 kart ediyor. 50 ya da 20 kartınız varsa bir sorun var demektir.

Büyük ihtimalle ihtiyacınızdan fazla kartınız olacak. Bu nokta, ayrıca ayaklarınızın yere bastığı andır; her vurguyu incelemeniz, vurgudaki aksiyonun veya amacın başka bir sahneye dahil edilip edilemeyeceğine ya da tamamen elenip elenemeyeceğine karar vermelisiniz. Daha önce de belirttiğim gibi genellikle sorunlu alanlarım olur. Kuruluş bölümü, benim için en büyük dertlerden biri. Bazen ilk satırda 20 kartım olur. Söylenmesi gereken, anlatamadığım çok şey olduğunu düşündüğüm için eksikleri fazlasıyla kapatmaya çalışırım. Ama sonradan o vurguların nasıl kesip atılabileceğine ya da diğerlerinin içine nasıl yedirilebileceğine bakarım. Eğer dürüst olursam, bazıları olmadan da hayatta kalabileceğimi kabul edebilirsem, azalmaya başlar; dokuz karta kadar indiririm.

O da mükemmel zaten.

Bir de elimde bir sürü sekans olur. Ortalıkta başıboş gezen takip veya aksiyon dekor sahneler gibi. Bunu düzeltmek kolay. Kaç sahne olursa olsun üstüne sadece TAKİP yazın ve tek bir vurgu olarak düşünün. Olay örgüsünü ilerletmek bakımından genellikle başka bir anlamı da olmuyor zaten.

Kötü Adamlar Yaklaşıyor gibi boşta kaldığım problemli alanlarda kendime çok yüklenmem. Bazı yerlerde tüm soruların cevaplarını bilmiyorumdur, oraları ara sıra boş bırakıp yazma sürecinde bir mucize olsun diye beklerim. Ama aklımın bir köşesinde o boşlukları bir noktada ele almam gerekeceğini bilirim. Kartları Tahta'ya yaymak bana sorunlu yerlerin neresi olduğunu gösterir.

+/- VE > <

Artık, Tahta'da 40 kartınız var, hikâyenizin gidişatının böyle olduğundan çok eminsiniz, işinizin bittiğini düşünüyorsunuz. Ama bitmedi. Senaryonuzu yazmaya başlamadan önce her kartın

üstüne koymanız, sizi tatmin edecek cevaplar vermeniz gereken iki önemli şey var:

Bir tanesi +/- işareti. Diğeri de > < işareti.

Bu iki işaret de daha önce kullanmadığınız renkte bir kalemle yazılmalı, her kartın altına da şöyle yerleştirilmeli:

İÇ / GÜN / KAHVE DÜKKÂNI
Bob, Helen'in sakladığı sır hakkında onunla yüzleşir.

+/- Bob, başta umutludur; sonra hayal kırıklığına uğrar.
> < Bob, sırrı öğrenmek ister; Helen ona söyleyemez.

+/- işareti her sahneye uygulamanız gereken duygusal değişimi gösterir. Her sahneyi bir mini-film olarak düşünün. Bir başı, ortası ve sonu olmalı. Ayrıca duygusal tonun güçlü bir biçimde +'dan –'ye ya da –'den +'ya değişmesine neden olacak bir şey olması gerekir. Tıpkı filmin açılış ve kapanış resimleri gibi. Bunu yapmak zayıf sahneleri ayıklamaya nasıl yardım ediyor; her sahnede belli başlı bir şey *olmasının* ne kadar önemli bir ihtiyaç olduğunu nasıl ispatlıyor anlatamam. Örnek: Sahnenin başında avukat kahramanınızın burnu havadadır. Büyük bir davayı az önce kazanmıştır. Sonra karısı bir haber vermek için girer. Hazır dava da bitmişken boşanmak istediğini söyler. Açıkça görüldüğü gibi avukatınız için duygusal olarak +'yla başlayan şey, şimdi duygusal olarak –'dir.

İster inanın ister inanmayın böyle bir duygusal değişim *her* sahnede yaşanmalı. Eğer değişiminiz yoksa, sahnenin ne anlattığını bilmiyorsunuz demektir. Bu basit +/- kodlarını kullanarak 40 kartın hepsindeki duygusal değişimin ne olduğunu buluncaya kadar yazmaya başlamayın. Eğer hiç bulamazsanız atın o kartı. Büyük ihtimalle yanlış bir sahnedir. Her ne kadar çoğunluk, Robert

McKee gibi, bu +'ların ve –'lerin birbirine dip dibe bağlandığı inişli çıkışlı, yükselip alçalan bir duygu dalgası yaratması gerektiğini söylese de bana o kadarı biraz abartı geliyor. Her sahnede bir şeyin değişmesi gerektiğini bilmek ve değişimi göstermek yeterli.

Diğer işaret, > <, çatışmayı gösterir. Çatışmanın ne olduğunu anlamak için hep şöyle bir sahne düşünürüm: Işıklar yanar, iki kişi karşılıklı kapılardan aynı odaya girerler, ortada buluşurlar ve diğer taraftaki kapıya ulaşabilmek için birbirlerini atlatmaya uğraşırlar. Sahneye ikisi de bir amaçla girer; birinin gideceği yolda diğerinin, diğer yolda ötekinin dikilmesi de engelleridir. *Bu* çatışmadır. Fiziksel de olsa, sözel de, "bir adamın çişi gelmiştir bir an önce bir tuvalet bulmak zorundadır, yoksa..." gibi bir şey de olsa, sahneleri tasarlarken her şeyin önüne çatışmayı koymanız gerek. İnsana karşı insan, insana karşı doğa, insana karşı toplum gibi lisedeki İngilizce dersinizde öğrendiğiniz basit yapıların hepsi buraya uygulanabilir.

Her sahne açıldığında o sahnenin ana çatışmasının ne olduğunu, kimin kime karşı geldiğini bilmeniz gerek. Her insanın veya varlığın bir gündemi vardır. Nedir o? Aşıp geçmesi gereken hangi kişi ya da varlıkla nasıl çarpışma halindedir? Her kartın altındaki > < işaretine her çatışma sahnesinin oyuncularının kim olduğu, çatışma yaratan mesele ve sonunda kimin kazandığı yazılmalıdır. Eğer birden fazla kişi veya mesele varsa çatışmanız bulanık demektir. Büyük olasılıkla sahneniz de bulanıktır. Her sahneye bir çatışma lütfen. Bir yetiyor da artıyor bile. İster büyük bir mesele olsun ister küçük, ister fiziksel bir şey ister ruhsal, çatışma olması şart. Her sahnede. Her defasında. Eğer çatışma bulamıyorsanız yaratmanın bir yolunu bulun.

Çatışmanın bu kadar önemli ve her sahnede şart olmasının nedeni, yine, çok köklü bir neden. (Yine çıktı bu kelime.) Her sahneye bir çatışma koyarak işi kökünden düşünmeniz seyircinin ilgisini kaybetmeyeceğinizin garantisi olur. Neden? Eh çünkü insanları çatışma halinde görmekten hoşlanıyoruz. Çatışma ilgimizi çekiyor. TV'de yayın ömrü en uzun süren dizi neden güreş maçları?

Çünkü görüp görebileceğiniz en basit eğlenceyi içeriyor: ÖLÜM! İki insan birbirini *öldürmeye* çalışıyor. Niye çoğu filmde romantizm var? Çünkü çatışma yine sonsuz biçimde köklü ve büyüleyici: SEKS! İki insan birbirini *yatağa atmaya* çalışıyor. Özünde, izleyicinin dikkatini çekmek ve tutmak için filminizdeki her sahne bunun kadar basit olmalıdır. Eğer sahnenizin temsil ettiği >, <'e karşı maçında oynayan oyuncu yoksa, henüz sahneniz yok demektir. O yüzden...

Çatışmayı bulun... ya da yeniden gözden geçirin... ya da atın.

Atarsanız da ağlamayın. Alt tarafı bir kart.

Yuvadan Uçurmaya Hazır Olun...

Bitirdiğinizde satır #1'de 9, satır #2'de 9, satır #3'te 9 ve satır #4'te 9 kartınızın olması gerek – bir saniye! Bunlar topu topu 36 ediyor. İşte, ben de size onlar olmadan yaşayamayacağınızı bildiğim sahneler için dört ekstra kart veriyorum. Nereye isterseniz oraya yapıştırın – *o kadar da* hassas olmamıza gerek yok. Ama 40'tan fazlasını alamazsınız... İhtiyacınız da olmaz.

Mükemmel biçimde düzenlenmiş Tahtalar için ek puan almıyorsunuz. Bu kartlarla oynamak, hikâyenizin iniş çıkışlarının hayalini kurmak ne kadar eğlenceli olursa olsun, kendinize "Ben Tahta inşası işine mi girdim yoksa senaryo yazarı mıyım?" diye soracağınız bir an gelecek. Eğer Tahta fazla mükemmelse ya da mükemmelleştirmek için çok fazla zaman harcarsanız hazırlık dünyasından çıkmış, Erteleme Bölgesi'ne giriş yapmışsınız demektir. Yapmayın. Ben aslında Tahta'yı bitirmeme az kalmışken yazmaya başlamayı çok seviyorum. Tahta mükemmel olmadan hemen önce. Tam donmamış jöle nasıl olursa öyle, sertleşmeye başlamadan *önce* başlamanız gerek. O zamana kadar raptiyelere, dizin kartlarına o kadar takıntılı hale gelirim ki artık durmam gerektiğini anlarım.

Benim için her zaman anahtar kelime hız. Tüm bunları çözüp işin yazma kısmına gelmek isterim. Bir kez önümde 40 vurgumun sıralandığını; her kartta +/-'lerle > <'lerimin yapıldığını görünce ha-

zırlık için elimden gelen her şeyi yaptığımdan emin olurum. Şimdi de raptiyelerimi, kartlarımı, kalemlerimi yerine koymaya ve yazmaya başlamaya hazırım. (Yazmak birden size ÇOK İYİ gelecek!)

Tahta'da yapılan iş önemli. Ama bu kendime oynadığım bir oyun; anları, ritimleri, sahneleri ve sahne sekanslarını zihnimde biriktirme egzersizi. Hiçbirine bağlanmadan tüm bu unsurlarla oynayabilmemi sağlıyor. Yazma sürecine başladığım zaman hepsini çöpe atmaya her zaman razı olmam lazım. Kaç defa bu aşamaya gelip yazmaya başladım, sonra da elimdekilere dair eski görüşlerimin hepsini terk ettim? Kaç defa Tahta'daki taslağımda adı bile geçmeyen bir yan karaktere âşık oldum, sonra da ana karakterlerden biri haline geldi? Cevap: *Çok* defa. İşte böyle oluyor. Tahta size savaş meydanını hazırlar; teorilerinizi test etmenizi, bazı düşüncelerinizi öğütmenizi, diğerlerini de minimuma indirmenizi sağlar.

Konu Hakkında Son Sözler

Gerçek şu: GÖRÜNTÜ AÇILIR: yazdığınız andan itibaren Tahta hiçbir anlam ifade etmez. Ama umarım size aktarmayı denediğim şeyleri düşünmeye devam edersiniz ve hepsi aklınızda yer eder. Şunlar: Perde değişimini 25. sayfada tutturmak, orta nokta ve Her Şey Bitti'yi *sertçe* olduğu yerde tutmak ve *her* sahneye bir çatışma koymak. Hikâyenizde kaybolduğunuzda tüm hatırladığınız şey bunlar bile olsa formunuzu kaybetmezsiniz. Yazmaya başlarken belirsizlik denizindeki bu adaları görüş mesafenizin içinde tutmanız önemli.

Hepsi sizi SON'a ulaştırmak için tasarlandı.

Çalışma odanızın duvarında duran bu kullanışlı rehberin size bahşettiği lütuf; kaybolursanız, bir sonraki aşamada ne olacağını bulamazsanız, istediğiniz her an Tahta'ya dönüp her şeyi tekrar rayına oturtabilecek olmanız. *Senaryo yazarlığında olabilecek en kötü şey yazdığınızı bitirmemek*. Yarım senaryolar takdir edersiniz ki *hiç* satmıyor. Tahta'yı önceden halletmeniz de bunun olmayacağına dair en sağlam güvenceniz.

Gizli Silahımla Görüşmelerim

Gerçekten çok sıkıştığımda tabii ki Mike Cheda'yı ararım.

"Miiiike" diye sızlanırım. "Kötü Adamlar Yaklaşıyor'da ne oluyor bilmiyorum, bir bakabilir misin?" Sonra Mike'a notlarımı e-postayla yollarım, Sunset Plaza'daki züppe Avrupalıların takıldığı kafede pahalı bir öğle yemeği yerim; ben çalışmasam da BİRİNİN proje üstünde çalıştığından emin olurum. Mike, Hollywood'da kendisine gönderdiğiniz malzemeleri gerçekten okuyan, nasıl düzeltileceğini bilen, benim tanıdığım tek kişi! Size detaylı notlar bile verir. Ayrıca çok ukaladır ama benim hoşuma gidiyor çünkü uyanık olmak zorunda kalıyorum. O pahalı yemeğinizi bitirmişsiniz, kafedeki garsonla flört etmişsiniz, kendinizi çok iyi hissediyorsunuz ama sonra Mike'ı arıyorsunuz; ağzından çıkan ilk şey "Dalga geçiyorsun herhalde sen?" olunca başınızın belada olduğunu anlıyorsunuz.

Siz de Mike Cheda'ya senaryo yazarlığı tavsiyesi almak için ulaşmak isterseniz internetten www.mikecheda.com adresi üzerinden ulaşabilirsiniz. 500 dolarlık bir ücret[20] karşılığında Mike senaryonuzu okuyup analiz edecek. Bence bu yüzyılın fırsatı. Ben hep fiyatı yükseltmesini söyleyip duruyorum. *Creative Screenwriting*'de Mike hakkında çıkan bir yazıda ondan "Senaryo yazarlığının Dr. Phil'i" olarak bahsetmişlerdi. Yine anlatmaya yetersiz kalan bir benzetme. Benim gözümde her zaman bana bildiğim her şeyi öğreten adam olacak.

Üstelik bedavaya.

Özet

Senaryonuzu yazmaya başlamak için ihtiyacınız olan her şeyi artık biliyorsunuz. Önerdiğim adımları takip etmek için film fikrinizi yeteri kadar ertelediyseniz, artık GÖRÜNTÜ AÇILIR: yazıp başlamaya hazırsınız.

[20] Şimdilerde senaryonuzu geliştirecek notlar isterseniz ödemeniz gereken rakam yaklaşık 1.000 dolar. (yay.n.)

Heyecanlı mısınız?

Öylesinizdir. Ama hemen "Derin Sulara Dalış Hazırlığı" Kontrol Listesi'nin üstünden geçip hazır olduğunuzdan emin olalım:

1. Şahane bir fikir buldunuz. Çok çekici! Çekici bir film adınız, ÇEKİCİ bir *logline*'ınız var; arkadaşlarınızda, tanımadıklarınızda test de ettiniz, şimdi hepsi filminizi izlemek için sabırsızlanıyor!
2. Janr ödevlerinizi yaptınız. Filminizin en çok hangi janra benzediğini buldunuz, o janrda son 20 yılda yapılmış ilgili her Hollywood filmini izlediniz. Filmi yapanlar neyi yanlış neyi doğru yapmışlar, daha da önemlisi sizin filminiz o filmlerden nasıl bir adım daha önde olacak, "aynısı ama farklı" olacak biliyorsunuz. Elinizde yeni bir şey olduğundan da eminsiniz!
3. Bu yolculuğa çıkacak mükemmel kahramanı buldunuz. O durumda bize en büyük çatışmayı verecek, duygusal olarak kat edeceği mesafesi en uzun olan, demografik olarak da hoş bir kahraman! Kahramanınıza köklü bir amaç, bir de o amacına ulaşmasına engel olmaya çalışan biri verdiniz!
4. Son olarak da BS2'yi kullanarak filminizin vurgularını çıkardınız; o şahane sahnelerin hepsini Tahta'ya dizdiniz; bir sürü fikir, tema ve hikâye çizgisi denediniz; hepsini 40 sahneye indirdiniz; her sahnenin başından sonuna yaşanacak duygusal değişimleri de (+/-), her sahnedeki çatışmanın ne olduğunu da (><) gösterdiniz.

Yahu hazırsınız! Ne bekliyorsunuz?

Siz gidip senaryonuzu yazarken, biz sizi burada bekleyip tezahürat edeceğiz. Siz bir dalgıç gibi bilinçdışınızın derinliklerine dalarken biz iskeleden aşağı size oksijen tüpü yetiştireceğiz. Benzer bir desteği kendi hayatınızda arkadaşlarınızdan ve sevdiklerinizden de mutlaka alın. Çünkü siz hikâyenizin derinliklerine gömül-

düğünüzde, işinizi başarıyla tamamlamak için gerekli düşünceleri ve duyguları yakalamaya çalışırken yukarıda gerçek dünyadaki insanların sizi desteklediklerinden, arkanızı kolladıklarından emin olmanız gerek. Aşağısı garip bir yer! Her tür harika ve tuhaf şeyi göreceksiniz, başarabildiğiniz şeylere hayran kalacak ve senaryo yazmanın ne kadar harika bir tecrübe olabileceğine çok şaşıracaksınız. Ama aynı zamanda tehlikeli bir iş; şüphe ve kaygı sizi ele geçirecek, sanki vurgun yemişsiniz gibi gerçekten var olmayan şeyler görmenize neden olacak. SON'a ulaşmak için güvendiğiniz biri, çabanızı destekleyen, besleyen biri karada sizi bekliyor olmalı.

Hayatınızda böyle bir şey olsa da olmasa da biz iskelede sizi bekleyeceğiz. İyi dileklerimizle. Senaryo yazarları olarak başarıya ulaştığınızı, çok başarılı olduğunuzu görmek istiyoruz, aşağıda neler yaşadığınızı gayet iyi biliyoruz ve endişelenmenizi istemiyoruz. Hiç olmadığınız kadar hazır bir halde siz kasvetli suların için kaybolurken size bol şans diliyoruz. Sizin tekrar karaya çıkmanızı beklerken, biz de burada biraz zaman öldürüp senaryo yazarlığının eğlenceli şeylerinden konuşacağız.

Bol şans ve yolun açık olsun, senaryo yazarı.

Alıştırmalar

1. Kendi janrınızdan seçtiğiniz filmlerden birinin vurgu dökümünü alıp, vurguları dizin kartlarına yazın. Kartları Tahta'ya yerleştirin, henüz Staples'a gitmediyseniz portatif versiyonu deneyin.
2. Favori filmlerinizden birkaç sahne bulun ve +/- değerlerine göre bölün. Sahne duygusal olarak nasıl başlıyor? Duygusal olarak nasıl bitiyor? Zıt duygusal vurgular mı?
3. Şimdi aynı sahneleri > < çatışması için test edin. Çatışmanın karşıt güçleri kimlerden ya da nelerden oluşuyor? Çatışmayı kim kazanıyor? Bu filmlerdeki favori sahneleriniz en çok çatışmanın da olduğu sahneler mi? Daha büyük çatışma daha iyi çatışma mıdır?

Altıncı Bölüm
Senaryo Fiziğinin Değişmez Kanunları



Bu kitabın asıl ilhamı tek bir basit arzudan doğdu: Elimde akılda kalıcı bir sürü senaryo yazarlığı kuralı vardı; ben de o kurallar benimle anılsın istedim.

Buyurun, söyledim işte!

Bu kurallar benim ve senaryo yazarı arkadaşlarımın yıllar içinde biriktirdiğimiz küçük, garantili kurallar. Hepsini de çok seviyorum! Çünkü bence senaryo yazarlığı sanat olduğu kadar bilimdir de. Ölçülebilirdir. Onu yöneten kurallar sabittir, bazı durumlarda da ebedi (bkz. Joseph Campbell).

Hikâye anlatıcılığı tekniğiyle ilgili herhangi incelemede olduğu gibi, bu gerçekler de film üstüne film izlediğinizde görünür hale geliyor. Bu değişmez kanunlardan birini aniden anladığınızda, içinizdeki "Evreka!" diye bağırma dürtüsü de karşı konulmaz hale geliyor. Üstüne bayrağınızı dikip sizin olmasını, kendi adınızı taşımasını istiyorsunuz.

Ama tabii ki bunlar sizin değil. Bu kanunlar "keşfedilemez" Sizin de benim de ortaya çıkmamızdan çok daha öncesinden beri var olan hakikatler onlar. Yine de ne zaman yeni bir tanesini sözcük dağarcığıma katsam, birden içimi bir *heyecan* kaplar.

Senaryo Fiziğinin Değişmez Kanunları'nı o kadar çok seviyorum ki bütün kitap sadece bunlarla ilgili olsun istedim ama sağ-

duyum engel oldu. İşin iyi kısmına gelebilmek ve anlattığım şeyleri herkesin anlayabilmesi için senaryo yazımı sürecini fikirden uygulama aşamasına kadar açıklamak zorundaydım.

Bundan memnun değil misiniz?

Her ne kadar benim için bu kısımda sıra tatlıya, bütün bu çalışmanın en eğlenceli aşamasına ve asıl var olma sebebine gelmiş olsa da hâlâ turtamın içine etmek isteyenler vardır. Biliyorum, kurallarımdan şüphe eden bir azınlık var aranızda!

Sisteme karşı gelecek, kendi kurallarını koymak isteyen, bunlara "sağ ol, ben almayayım" deyip geçecek cinsten birisiniz siz. *Onu yapamazsın* dendiğinde iyice yapasınız geliyor.

Yani işte... Bildiğimiz *senaryo yazarısınız.*

Benden şüphe edenler, bravo size! Ama en azından bırakın azıcık gösteriş yapayım, biraz azayım –ego bakımından yani–, siz ayaklarınızın altında çiğneye çiğneye hepsini öldürmeden önce tüm bu şeyleri bulup çıkardığım için ne kadar zeki olduğumu anlatayım. Bunları çiğneyip geçmeyi *becerebilmeniz* için hepsini bilmenin ne kadar değerli olduğunu hatırlamanız gerek. Picasso kübizme dalmadan önce temel çizimde ustalaşmak zorunda kaldı. Bu, ona güvenilirlik ve otorite kazandırdı. O yüzden siz yeni yetişen Picasso'lar için birkaç temel senaryo yazım kuralım şöyle:

O Kediyi Kurtar

Kitabın da adı olan O Kediyi Kurtar'ın işaret ettiği senaryo yazım kuralının şaşırtıcı derecede tartışmalı olduğunu keşfettim! Basılmadan önce kitabı gösterdiğim çoğu senaryo yazarı önermesinden çok etkilense de bazıları da bir tek bu fikirden dehşete kapıldılar ve fikirlerim arasından en kötüsünün bu olduğunu düşündüler. Çoğu *Aşk Denizi*'ndeki O Kediyi Kurtar örneğini (kitabın "Giriş" bölümünde detaylı bir biçimde yer alıyor) eski moda buldu, faydalı olabilecek bir giriş kitabının en kötü tavsiyesi olarak değerlendirdi. Sırf bu da değil, kahramanı "sevilesi" yapma fikrinin mide bulandırıcı derecede tatlı, sıkıcı ve seyirciye yaltaklanma çabası ol-

duğunu düşünüyorlar.

Bir daha üstünden geçelim; O Kediyi Kurtar kuralı, "Kahramanı sevmemiz, başarıya ulaşmasını istememiz için onunla tanıştığımızda bir şey *yapmalıdır*" der. Bu, filmin yolculuğuna katılmamız için her gördüğümüz filmde kahramanın kör bir adama para verdiğini gösteren bir sahne olmalıdır demek mi? Hayır, çünkü bu, tanımın sadece bir bölümü. Detaycı eleştirmenlerim için bir uçuş ortası eklemesi yapayım:

O Kediyi Kurtar'ın devamı şöyle: "Bir senaryo yazarı, kahramanın içinde bulunduğu zor durumla seyirciyi senkronize hale getirmeye önem vermelidir." Ne demek istediğimi açıklamak için kesinlikle seyirciye yaltaklanmaya çalışmayan bir filmi inceleyelim: *Ucuz Roman*. *Ucuz Roman*'ın birinci sahnesi temelde John Travolta ve Samuel L. Jackson'la tanıştığımız sahne. "Kahraman"larımız onlar. Ayrıca uyuşturucu bağımlısı kiralık katiller (saç kesimleri de gerçekten feci). Quentin Tarantino, büyük ihtimalle hiç hoşlanmayacağımız bu iki adamı bize tanıtırken çok akıllıca bir şey yapar: Onları komikleştirir. Naifleştirir. McDonald's hamburgerlerinin Fransa'daki isimlerini tartışmaları o kadar eğlencelidir ki... Biraz da çocuksu. Onları baştan itibaren –her ne kadar gidip birini öldürmek üzere olsalar da– severiz, onların "taraf"ındayızdır. Bir anlamda Tarantino tam olarak OKK kuralına uyar. Bir sorunu olduğunu bilir: İki adam gidip aşağılık bir şey yapmak üzeredir. Üstelik Travolta filmin ana karakterlerinden biri olacağı için seyircinin onu desteklemesi *şarttır*. Ama o iki aptalı da tanıdıktan sonra *gerçekten* severiz. Çünkü komikler. Tarantino senaryo yazarı olarak, onlardan varoluşsal, ruhsuz, sert ve taviz vermeyen adamlar yaratmak yerine, yine kendine özgü üslubuyla, neredeyse kucaklamak isteyeceğimiz karakterler yaratmıştır.

O Kediyi Kurtar bu işte!

Anti-kahramanları ya da hak ettiği cezaya çarptırılma hikâyelerinin kahramanlarını, onları destekleyebileceğimiz ölçüde sevilesi hale getirme sorunu da OKK ile incelikle başarılabilir. Senaryo

Yazımının Değişmez Kuralları bize kahramanımız eğer yarı-kötü bir adamsa, karşı karakteri ondan da kötü yapmamızı öğütler! *Ucuz Roman*'ın giriş sahnesinde biraz ilerleyince, Tarantino tam olarak bunu yapar. Samuel Jackson ve Travolta kurbanlarının kapısına varmadan önce, Travolta bir hikâye anlatarak patronlarının hayaletini daha da korkutucu hale getirir: Kendisi gibi patronun emrinde çalışan biri patronun karısına ayak masajı yaptığı için patron tarafından camdan aşağı atılmıştır. Bu şahane OKK numarasının bir başka örneği: Kahramanınız biraz defoluysa ya da pek sevilesi değilse, düşmanını daha da berbat biri yapın. Travolta'ya kötü diyorsanız, e bir de patrona bakın. *Onunla* karşılaştırınca, Travolta oyuncak bebek gibi kalıyor. Ve BİNGO! Sevdiğimiz karakterle nefret ettiğimiz karakterin terazisi mükemmel bir dengeye kavuştu. Kahramana destek olmaya hazırız!

Sevilmesi zor kahramanların yarattığı sorunlar tatlı aile filmlerinde bile görülür. Benim favori O Kediyi Kurtar örneğim, çok sık da tekrar ederim, *Alaaddin* gibi bir Disney filminden. Bu hit filmin gelişim aşamasında Disney, ana karakterlerinin sevilebilmesinin önünde büyük bir sorun olduğunu keşfetti. Dönüp kaynak metni okuyun. Orijinal hikâyede tasvir edildiği haliyle Alaaddin biraz pislik bir tip. Şımarık. Tembel. Yetmezmiş gibi, bir de hırsız! Şükür, Disney'de Terry Rossio ve Ted Elliott varmış. Bana göre ikisi de şu an Hollywood'da çalışan en iyi senaryo yazarları. (Çok da tanınmazlar! Kim yapıyor tanıtımlarını!?)

Bu kurnaz yazarlar, Alaaddin için O Kediyi Kurtar'ın klasik bir örneği olan bir giriş yazarak sorunu çözdüler. 100 milyon doları aşkın hasılat elde etmiş bu hit filmde Alaaddin'i ilk kez muzipçe yemek çalarken görürüz. Çünkü açtır. Pazar yerinde (bu arada bu da olduğumuz *yeri* tanıtmanın harika bir biçimi) eli palalı saray muhafızları tarafından kovalanan Alaaddin sonunda onlardan paçayı kurtarır. Bir sokak arasında artık güvendedir, çaldığı ekmeğe gömülecekken çok aç iki çocuk görür. Nasıl bir genç ama! Alaaddin, falafelini *onlara* verir. E işte o an Alaaddin'in "tarafı"nı tutarız. Her

ne kadar orijinalindeki gibi çalıp çırpan serseri bir karakter olmasa da onu destekleriz. Alaaddin'in kazandığını görmek istememizin nedeni, Rossio ve Elliott'un bu alışılmadık kahramanın içinde bulunduğu zor duruma uyum sağlayabilmemiz için bize tanıdıkları zaman.

Tüm bunların özeti: Özen! Her filme illa kahramanın gerçekten kedi kurtardığı bir sahne koymak zorunda değilsiniz ama yaşlı bir kadını karşıdan karşıya geçirmesi, sokak başında üstüne su sıçraması sayesinde bize onu sevdirebilirsiniz. Her seferinde seyircinizin elinden tutmalı, onları ana karakteriniz ve hikâyenizle uyumlu hale getirmelisiniz. Karakterinizin durumunu o ne yaparsa yapsın bizim onu desteklemek isteyeceğimiz bir biçimde ayarlamaya zaman ayırmalısınız. Eğer ayırmayıp *Lara Croft*'un yolunda giderek bizim ana karakterinizi zaten seveceğimizi varsayarsanız –niye? Çünkü öyle– asıl işinizi yapmıyorsunuz demektir. Bazı filmler böyle yapıp paçayı kurtarıyor diye, bunda bir sorun olmadığı anlamına gelmiyor. Bunun iyi ya da özenli bir hikâye anlatma biçimi olduğu anlamına da...

Bu meseleden yırttım mı artık sevgili meslektaşlarım?

Papa Havuzda

Papa Havuzda bir kuraldan çok yapılacak bir numara ama çok eğlenceli. Anlatmayı çok seviyorum, filmlerde de yapıldığını hep görüyorum. Ayrıca senaryo ustası Mike Cheda'nın bana miras bıraktığı ilk düşüncelerden de biri.

Sorununuz şu: Giriş nasıl saklanır? Giriş bölümü seyircinin filmde sonradan olacakları anlayabilmesi için anlatılması gereken hikâyenin arka planı ya da olay örgüsünün detaylarıdır. Ama bununla kim niye zamanını boşa harcamak istesin ki? Sıkıcı. Sahne katili. Kompleks bir olay örgüsünün en kötü kısmı.

Peki o zaman iyi ve özenli bir senaryo yazarı ne yapar?

Mike Cheda bana bir zamanlar okuduğu, George Englund'un yazdığı ve çok da akıllıca bir şey yaptığı *Papa'yı Öldürme Planı* (*The*

Plot to Kill the Pope) isimli bir senaryodan bahsetmişti. Film, temel olarak bir gerilim filmi. Pek hayati olan o arka plan detaylarını öğrendiğimiz sahne, senaryoda şöyle gelişiyor: Papayla görüşmek için temsilciler papayı Vatikan'da ziyaret etmeye giderler. Buluşmanın nerede yapılacağını tahmin edin. Vatikan'ın havuzunda. Filmin giriş bölümü yavaş yavaş açılırken papayı havuzda, üstünde mayosuyla bir uçtan diğerine gidip gelirken görürüz. Biz, yani seyirciler, bence o sırada konuşulanları hiç dinlemiyoruz. Daha çok şunları düşünüyoruz: "Vatikan'da *havuz* mu varmış, bilmiyordum. A, baksana papanın üstünde papa kıyafetleri yok, şey var... mayo!" "Piskopos tacı nerede?" demenize kalmadan sahne biter.

Papa Havuzda.

Papa Havuzda hep kullanılır ama bu numarayı kullandığım sahnelerden bir tanesiyle özellikle gurur duyuyorum. Colby Carr'la birlikte yazıp Disney'e sattığımız *Damlalar* (*Drips*) diye bir senaryoydu. Beverly Hills sokaklarının altında yürütülecek bir petrol hırsızlığı planına salak iki su tesisatçısının alet edildiği bir komediydi (daha neler!). Güzel bir kadın tarafından soyguna yardım etmek üzere kandırılan Salak Tesisatçı'yla Avanak Tesisatçı kadının patronunun evine davet edilirler. Kötü adam evde soygunu açıklar, böylece aslında filmin olay örgüsünü de ortaya koymuş olur. Tesisatçılarımızın evin altındaki eski petrol kuyusuna ulaşmaları, akan petrolü şehrin altından denize dökülen kanalizasyona yönlendirmeleri, oradan da kötü adamın demir atmış petrol tankerine ulaşmasını sağlamaları gerekecektir. (Böyle bir şey mümkün, siz bana güvenin.) Ama böyle bir giriş bölümü seyircinin hevesini kaçırabilirdi. Bir şey yapmasaydık, bunu izlemeye zorladığımızda ilgilerini kaybetmelerini de göze almış oluyorduk.

Çözümümüz ne peki? Papa Havuzda.

Sahnede daha toplantı başlamadan aptal kahramanlarımızın güzel kadına –ikisi de ondan hoşlanmaktadır– hava atmak için *ice tea* içme yarışması yaptıklarını görürüz. Toplantı başlamadan önce ikisinin de çişi gelir. Feci derecede. Sahnenin mizahı, ikisinin de ba-

cak bacak üstüne atmış halde kötü adamın yaptığı PowerPoint sunumuna konsantre olmaya çalışmalarından çıkar. Sunum sırasında iyice çişlerini getirecek her tür görüntü etraflarını sarar. Pencereden bakarlar; dışarıda fıskiyelerin çimleri suladığını, komşunun köpeğinin bir çalıya uzun uzun işeyip rahatladığını görürler. Odada, kadın kendine kristal bir sürahiden şık ince bir bardağa *ice tea* doldurur. Bunları gördükçe kahramanlarımızın gözleri zorlamaktan şaşı olur. Tüm bunlar da kötü adam, soygunla ilgili hayati birtakım bilgileri uzun uzun anlatırken yaşanır.

Almamız gereken bilgileri yine almış oluruz ama bu sefer çok eğlendik.

Mike Myers, *Avanak Ajan* (*Austin Powers*) filmlerinde tek işi İngiliz süper casusa ve bize hikâyenin sıkıcı arka planını aktarmak olan bir karakterin adını "Basil Giriş Bölümü" (Michael York) koyarak bizden daha iyisini yaptı. Basil ne zaman görünse bir miktar açıklama dinleyeceğimizi anlarız ama bu bölümlerin sıkıcı olduğunu *bildiğimizi bilmeleri*, bu durumu da hafife almalarıyla çok eğleniriz.

Papa Havuzda'nın onlarca örneği var ama madem artık farkındasınız (önceden değildiyseniz), siz de arka plan hikâyeyi saklamanın yeni yollarını bulabilirsiniz. İster Jack Sparrow hakkında derinlemesine bilgiler aldığımız *Karayip Korsanları*'ndaki (*Pirates of the Caribbean*) komik iki muhafız sahnesi olsun ister *Açık Tehlike* (*A Clear and Present Danger*) gibi bir gerilim filmindeki beysbol sahası sahnesi; Papa Havuzda, bilmemiz gereken bir şey anlatılırken bize aynı anda izleyebileceğimiz bir şey göstererek işin acısını hafifletir.

Bunu da canlı ve eğlenceli bir yolla yapar.

İyi bir taktik. Teşekkürler Mike Cheda.

Çifte Saçmalık

Çifte Saçmalık favorilerimden. Ayrıca sürekli yıkıldığını görsek de benim de sizin de yıkamayacağınız bir kural!

Size, neden bilinmez, seyircinin *bir filmde sadece bir "sihir"* görmeyi kabul edeceğini söyleyeceğim. Kanun bu. Önce başka bir ge-

zegenden UFO'yla inen uzaylılar görüp sonra da bir vampir tarafından ısırılıp hem uzaylı *hem de* ölümsüz olamazsınız.

Eğer oluyorsanız işte buna Çifte Saçmalık diyoruz.

Her ne kadar seyircinin aklında dönen çarkların ortasına kocaman bir takoz fırlatsa da, mantıken yanlış da olsa, Çifte Saçmalık sürekli yapılır.

En sevdiğim örnek *Örümcek Adam*. Film çıktığında hepiniz bir hevesle izlemeye gittiniz, film de büyük bir hit oldu ama neden TV'de gösterildiği zaman bir daha izleyesiniz gelmiyor?

Oyuncularla ilgisi olamaz; Tobey'i, Kirsten'i, Willem'i çok seviyoruz. Özel efektler yüzünden de olamaz, ağ atıp, salınarak şehirde gezmek *cool* bir şey. Benim teorim, filmin ortasında Yeşil Cin ilk kez belirdiğinde ilgimizin kaybolduğu yönünde. En azından benim hevesim hep orada kaçıyor.

Niye? Çifte Saçmalık yüzünden.

Örümcek Adam'ı yapanlar tek bir filmde iki sihre inanmamızı istiyorlar bizden. Şehrin bu yakasında bir oğlan radyoaktif bir örümcek tarafından ısırılır; nükleer füzyonla örümcek güçlerini birleştiren süper güçler elde eder. Tamam. Buna inandım. Ama sonra, şehrin öbür yakasında, Willem Dafoe da bir laboratuvar kazasıyla Yeşil Cin'e dönüşüyor ve bambaşka bir kaynaktan, bambaşka bir dizi sihirli gücün sahibi oluyor. Yani elimizde hem radyoaktif örümcek ısırığı HEM DE kimyasal bir kaza var, onu mu diyorsunuz? İkisi de insana süper güçler veriyor? Kafam karışıyor işte! Bunlar benim gerçek olmadıklarını bilsem de ekranda gördüğüm her şeye gerçekmiş gibi inanmamı engelliyor. Zaten bir kez inanmamı istedikleri dünyanın gerçekliğini bir kez daha parçalıyorlar. Ne hakla! O Kediyi Kurtar kuralı gibi Çifte Saçmalık da ne zaman ihlal edilse deliriyorum. Özensizlik. Geri zekâlı bir yaratıcılığın ürünü. Ama çizgi roman dünyasında kısmen affedilebilir.

Çifte Saçmalık başka bir büyük hitte de var. Bu seferki çizgi roman uyarlaması olmadığı için paçayı oradan da kurtaramıyor. M. Night Shyamalan'ın *İşaretler* filminde uzaylıların Dünya'yı işgal et-



"Salla sopayı Merrill!" M. Night Shyamalan'ın *İşaretler* filminde ışık yılı uzaklıktan gelen, son derece ileri teknoloji bir uzay gemisiyle seyahat eden süper zeki bir uzaylı, sıradan bir beysbol sopasıyla öldürülüyor.

tiğine inanmamız beklenir. Süper zeki bir uzaylının beysbol sopasıyla öldürüldüğü hakikaten utanç verici finali hariç (Bu filmden sonra favori kötü diyalogum: Salla sopayı Merrill!), film Tanrı'ya olan inancı çöken Mel Gibson *hakkındadır*.

Efendim!?

Güneş sistemimizin dışında yaşayan zeki varlıkların yaşadığına dair bir kanıt bence Tanrı'ya inanıp inanma tartışmasını bayağı ezip geçiyor, sizce de öyle değil mi? Ama M. ikisini de dengeleyelim istiyor; o da karman çorman bir şey oluyor.

Tahminimce M., senaryoya tek bir sihirle başladı –uzaylılar, ekin çemberleri– ama hepimizin bunları daha önce görmüş olduğumuzu fark etti. Kendi uzaylı filmini farklı kılabilmek için daha anlamlı olacak bir hale getirmeye çalıştı. Peki. Ama o sırada filmi de bulandırdı. Uzaylılar indiği an, Mel Gibson'ın inanç krizi sorunu saçmalaşıyor. Mucize mi istiyorsun? Pencereden kafanı uzat – UZAYLILAR İNDİ MEL!!!! Çünkü M., Tanrı'nın VE küçük yeşil adamların var olup olmadığına dair iki farklı tartışmayı zihnimiz-

de dengeleyelim istiyor.

Tanrı ile uzaylılar da birlikte iyi gitmiyor. Neden? Çünkü ikisi de birbirinden farklı "sihir" grupları. Çifte Saçmalık. Bana inanmıyorsanız "Tanrı" demek yerine "Allah" kelimesini koymayı deneyin, sonra da bakın bakalım beyniniz eriyor mu erimiyor mu.

O yüzden eğer elinizde emrinize amade bir hit filminiz ya da perdeye uyarlayacağınız çizgi romanınız yoksa, hiç denemeyin.

Bir filme sadece tek bir sihir lütfen.

Kanun böyle.

Bitmek Bilmez Tesisat İşi

Tom Cruise'un başrolünde olduğu *Azınlık Raporu* (*Minority Report*) bunu yaptı. Ben Stiller ve Jennifer Aniston'lı *Polly Gelince* (*Along Came Polly*) de. Bu filmlerin ikisi de başarılarını riske attılar. Size ikisinin de yaptığı hatayı gösterdiğim zaman bunun sadece bir risk de olmadığını anlayacaksınız. Filmlerin az gişe yapmasının nedeni bana kalırsa filmi yapanların çok uğraşmasıydı. Bizim senaryo yazarları olarak onsuz yapamadığımız değişmez kanunlardan birini unuttular:

Seyirci o kadar "tesisat işi"ne bir noktaya kadar katlanabilir.

Tesisat işi ne? Fazla tesisat döşemenin yarattığı risk nedir?

Peki, *Azınlık Raporu*'na bir bakalım o zaman. Bilimkurgu yazarı Philip K. Dick'in bir eserinden uyarlanmış büyük bütçeli bir film. Ölümünden sonra Dick; *Bıçak Sırtı* (*Blade Runner*), *Gerçeğe Çağrı* (*Total Recall*) gibi hit filmleri ortaya çıkaran kaynak eserlerin "aranan adamı" oldu. *Azınlık Raporu*'nun seyirciyi yakalamak için attığı olta tam da Dick'in dünyasına ait. Ama bu film özelinde hikâyenin önermesinin kuruluşu neredeyse bütün hikâyeyi öldürüyor. *Azınlık Raporu*, gelecekte işlenecek suçlarla ilgili. Filmin açılış sahnesinde de bunun nasıl işlediğini tam olarak görüyoruz. Bir cinayet işlenmek üzeredir; Tom Cruise da gelecekte gerçekleşecek suçları izleyen çalışma grubundan sorumlu olduğu için harekete geçip cinayeti durdurur. Bir sonraki sahnede bu operasyonun işleyişinde-

ki siyasete atlarız. Tom'un Colin Farrell tarafından soruşturma altına alındığını öğreniriz. Bir küvet suda yatıp geleceği tahmin eden üç "kâhin"le bile tanışırız. Ayrıca Tom'un, özel hayatında, çocuğunu kaybetmiş, bir tür uyuşturucu sorunu olan biri olduğunu görürüz. Bir de Tom'un pek de güvenmediğimiz akıl hocasını (Max Von Sydow) tanırız. Peki. Hepsi iyi hoş. Ama yazarlar hikâyeyi kurmak için gerekli tesisatı döşeyinceye kadar benim canım çıktı! İlginç ama derdi ne? Nereye varacak?

Tom gelecekten gelen son haberleri alır, saptanan suçlunun kendisi olduğunu öğrenir –vaay!–, hikâye de nihayet başlar. Kâhinlerin hiç yanılmadıklarını bilen Tom böyle bir hatanın nasıl ve neden yapıldığını keşfetmek ve işleyeceği varsayılan cinayeti durdurmak zorundadır. Zaman tükeniyor. Biz de... Tek bir ufak sorun var: Olay örgüsündeki bu nokta yaşandığında, FİLMİN KIRK DAKİKASI GEÇMİŞ OLUYOR! Bu hikâyeyi kurmaları, seyirciye ne anlattığını açıklamaları 40 *dakika* sürdü. Bize şu oltayı atmaları 40 *dakika* aldı: "Dedektif suçlunun kendisi olduğunu keşfeder."

Sevgili öğrencilerim, şimdi benimle birlikte söyleyin: *Ne tesisatmış arkadaş!*

Polly Gelince'de de aynı sorunu görürüz. Risk almaktan kaçınan, boşanmış Ben Stiller'ı çılgın Jennifer Aniston'a âşık edene kadar yazarın döşeyeceği çok şey var. Ben'in ilk eşiyle evlendiğini görmemiz, onları balaylarında izlememiz ve Ben'in karısını *scuba* eğitmenlerinin kollarında yakalamasını seyretmemiz gerekiyor. Bu, tabii ki komik. Ben'in oynadığı bir film söz konusu olduğunda çoğu şeye de katlanmaya razıyız. Stiller'ı çok seviyoruz! Ama senaryo yazarı ve yönetmen, (ikisi de aynı kişi; komik, yetenekli bir adam: John Hamburg) filmi asıl izleme nedenimize gelebilmek için bir dolu hikâye noktasını döşediği için dikkatimizi dağıtıyor. O neden de şu: Ben Stiller'ın Jennifer Aniston'la birlikte olduğunu görmek.

Hem *Polly Gelince*'de hem de *Azınlık Raporu*'nda bütün o tesisatı döşeme işi –hikâyeyi kurabilmek için gerekli olan bir şey– dikkatimizi dağıtıyor. Bence bu da büyük bir sinema tecrübesi yaşamamı-

za engel oluyor. Filmi kurabilmek için bu kadar çok arka plan hikâyeye ihtiyaç duyunca, tüm hikâye eğilip yamuluyor.

Dürüst olayım, hikâyenin altyapısını kurma işinin fazla bilincindeyim ben. Uzun bir kuruluş bölümü gerektirdiği için çoğu hikâyeyi yazmayı bıraktım. *Açık Çek*'in başı biraz daha kısa olsa daha çok içime sinecekti. Kahramanımız Preston'un bir milyon dolarlık açık çekle bankaya girdiği ana bizi getirinceye kadar yapılması gereken çok açıklama var. Senaryo fazla bir ileri bir geri yapıyor. Kurulacak tesisat çok. Durum çok vahim olmasa da buna ramak kalmıştı. Birinci Perde de istediğimden bir yarım vurgu kadar daha uzun. Bu da seyircinin sabrını zorluyor. "*Sadede gel!*" diye bağırdıklarını duyuyorum. Senaryo yazarları olarak seyircilerimizin dikkat aralığının dışına çıkma tehlikesine karşı dikkatli olmalıyız. Esas mesele 25 sayfayı aşan bir kuruluş bölümü yazmaya başladığınızda bir sorun olduğunu fark etmeniz. Biz bunu "bitmek bilmez tesisat işi" diye adlandırıyoruz. Seyirci, "paramı geri alacağım ben" diyor.

Çok Fazla Badem Ezmesi, Namı Diğer Siyahi Veteriner

Konsept yaratmakla uğraşırken Çifte Saçmalık kuralından benim Siyahi Veteriner dediğim bir kural türedi.

Sık sık bir film fikrinin belli başlı unsurlarına âşık olup onlara tutunursunuz. Bırakamazsınız. Elinizdeki kemirgeni sıkıp öldürecek *Fareler ve İnsanlar*'daki (*Of Mice and Men*) Lenny'sinizdir. Kendinizi bu durumun içinde bulduğunuzda genellikle durmanız gerekir. Böyle zamanlarda Siyahi Veteriner, konseptten bir adım uzaklaşmanızı sağlar.

Siyahi Veteriner nedir?

Size nereden geldiğini anlatsam daha iyi. 1970'lerde o zamanın komedyeni, şimdinin oyuncu/yazar/yönetmeni Albert Brooks, *Saturday Night Live* için birkaç film parodisi yapmıştı. NBC'yle[21] ve

[21] *Saturday Night Live*'ın da yayımlandığı kanal. (ç.n.)

kanalın programlarıyla dalga geçen parodilerinden birinde Brooks o sonbahar güya NBC'de yayına başlayacak birkaç dizi için çok eğlenceli sahte tanıtım videoları hazırlamıştı.

Birinin de adı *Siyahi Veteriner* (*Black Vet*). Yapmacık bir "NBC Kanalı–Bizden Ayrılmayın!" üslubuyla çekilmiş videoda, kliniğinde hayvanlarıyla gülüp eğlenen siyahi bir veteriner görürüz. Ama o adamın *bir de* ordu geçmişi vardır. En komik anı spikerin dizinin adını ve uyduruk tanıtım cümlesini söylediği andır: *"Siyahi Veteriner: Hem veteriner hem de bizim eski kurtlardan!"* Çok komik! Ama gerçek bir TV kanalında yayınlanabilecek gerçek bir dizi izlenimi de bırakıyor. Bence harika bir skeçti. Hollywood'daki tiplerin hikâyeyi dolduramadıkça içine çaresizce ne bulurlarsa tıkıştırmalarını o kadar iyi anlatıyor ki... Hiç aklımdan çıkmıyor. "Siyahi Veteriner" bir şaka ama konseptlerimizi şişirirken ne kadar çok yakalanıyoruz bir bilseniz... Fikirleri şişirmek ve bir konsepte doldurmak çok badem ezmesi yemek gibi. Az ama öz olması yeter de artar. Ayrıca "daha fazla" demek her zaman "daha iyi" anlamına da gelmez.

Kariyerimde buna dair favori örneğimi cin gibi, girişimci ve ilk ortak yazarım olan Howard Burkons'la çalışırken yaşadım. Genç ve gayretli yazarlardık, bir sürü de fikrimiz vardı – hepsi de kötüydü. Ama Howard da ben de başarıyı erken yakaladık, hatta birlikte çalışırken Amerikan Yazarlar Birliği (WGA) üyesi olduk. İkimiz için de ileriye dönük çok büyük bir adımdı. TV'de çalıştığımız için iyi de olduğunu düşündüğüm bir TV dizisi fikrimiz vardı. 1950'lerde geçiyordu; kara listeye alınmış özel bir dedektifin maceralarını anlatıyordu. Adını da *Solcu* (*Lefty*) koymuştuk. Anladınız mı? *Solcu* hem politik bağlantılarına gönderme yapıyordu ama aynı zamanda kulağa sert ve çok 50'ler geliyordu. Peki. Ama Howard kahramanı bir de solak yapmamız konusunda ısrar edince fikri öldürdük. Hatta Howard, adam belki de eski boksördür deyip "solak bir eski boksör" olmasını önerdi! Yani adam *hem* komünist *hem* eski boksör *hem de* solak mı? Bu soruları sorup durdum. Howard harika olduğunu düşünüyordu. Banaysa birinden birini seçmemiz lazım-

mış gibi geliyordu. Howard'a göre mesele, fikri sonuna kadar sağmaktı. Her ne kadar böyle şeylerde çoğunlukla Howard'ın içgüdülerine güvensem de –Howard, fikirleri bir konsepte dökmede çok iyidir, benden çok daha iyi bir pazarlamacıdır– bunu hiç anlamamıştım.

Fazla badem ezmesi yemiş gibiydik.

Siyahi Veteriner örneği başımıza gelmişti.

İyi bir fikre saplanıp kalmaya yenik düşmüştük. Bu da çok kolay gelir başımıza. Bir şeyi sevdiniz mi? E o zaman aynı şeyden üstüne birkaç top daha koyarsam daha da çok seversiniz değil mi? Hayır. Bugün bile ne zaman Howard'la konuşsam *Solcu* meselesinde haklı olduğunda ısrar ediyor. Ben mi? Duymazlıktan geliyorum. Pes etmiyor! Fakat şu, senaryo yazımının ve yaratıcılığın harika bir kuralıdır: Basit olan iyidir. Bir seferde bir konsept lütfen. Çok fazla bilgiyi sindiremezsiniz, üstüne sürekli bir şeyler yığmak da fikrinizi daha iyi hale getirmez.

Eğer yığarsanız kafanız karışır. Yığıyorsanız... durun.

Buzula Dikkat!

Kötü adamlar işin içine girdiğinde çoğu zaman perdenin dışında bir yerlerde, kahramanımızdan uzakta olurlar ve "yaklaşmaya" başlarlar. Bazen o kadar yavaşça yaklaşırlar, darağacının düğümü bile o kadar uyuşuk uyuşuk sıkılır ki ekrana bakıp bağırmak istersiniz:

Buzula Dikkat!

Neyse, ben bağırmak istiyorum en azından.

Bu, kahramanınıza tehlikenin nasıl yaklaştığını anlatıyor: Y-a-v-a-ş-ç-a! Senede bir santim. Sizin gözdağı vereceğini varsaydığınız dehşet, gözdağı vermekten bu kadar uzak işte. Bu sadece benim, sizin başımıza geliyor da, "büyükler"e olmuyor diye düşünüyorsanız, yanılıyorsunuz. Yavaş tehlike, her iyi filmin başına her zaman gelir.

1997'de çıkan iki volkan filminden biri olan –tahminen St. He-

len dağının kopardığı kıyametten faydalanmak için çekilmişlerdi– *Dante Yanardağı*'ndaki (*Dante's Peak*) Pierce Brosnan'a bakın. *Dante Yanardağı* şunu anlatıyor işte: Şuradaki volkanı görüyor musun? Hah, patladı patlayacak! Bu kadar! Hepsi bu kadar. Bir volkan patlamak üzeredir, kimse de yakışıklı biliminsanına (Pierce Brosnan) inanmaz. Biz de orada oturup haklı çıkmasını bekleriz (çünkü fragmanı izledik). Neyse en azından beklerken Brosnan'a bakıp, "Evet ya, Sean Connery daha *iyiydi*" diyebiliyoruz.

Tehdit'teki (*Outbreak*) Dustin Hoffman'a bakın. Buyurun size sıkıcı bir film! Film temel olarak ABD'ye gelen bir süper Ebola virüsünü ve Hoffman'ın virüse çare bulma çabasını anlatıyor. Fakat biz beklerken o virüs bize yavaş yavaş, yavaş yavaş, *çok* yavaş yaklaşıyor. *Tehdit* aslında bir Evdeki Canavar filmi ama filmdeki "evi", küçük bir kasabayı karantina altına alarak yaratmak zorunda kalıyorlar. Orada yaşayan karakterler de kısa kısa tanıtılıyor ki ölmelerini umursayalım. Fakat tabii ki onlarla ancak 75. sayfada filan tanışıyoruz. "Aman ne olacak ya" değil mi!? Biz fırında kızaran tavuğun içi de iyice pişsin, Dustin enfeksiyon kapmış maymunu yakalasın diye beklerken yapacak *bir şey* buluruz nasılsa. Maymun hikâyesi de, yanlış hatırlamıyorsam, sonuncu yan hikâyeydi... Yahu, bu adamları buna nasıl ikna etmişler?

Western filmlerde bile olur bu. *Uzak Ülke*'de (*Open Range*) Kevin Costner'la Robert Duvall'ın kovboy arkadaşı, yaklaşık 20. sayfada kötü adamlar tarafından öldürülür, Kevin'la Robert da bu noktada durup atlarının tepesinde kötü adamları nasıl gidip yakalayacaklarından ama gidip nasıl da kesinlikle ama kesinlikle yakalayacaklarından bahsederler... Yaklaşık *bir buçuk saat boyunca*! Batı'nın zaferi nasıl kazanıldı diye merak mı ediyordunuz? Anlaşılan bayağı ağır ağır kazanılmış.

Gördünüz mü, çok akıllı insanlar bile bize yavaş yavaş sokulan kızgın lavların –perşembeye kalmaz gelir herhalde– duygularımızı harekete geçireceğini düşünüyor. Ama geçirmiyor işte!

Tehlike, *mevcut* bir tehlike olmalıdır. Alınacak riskler de, kaybe-

dilecekler ve kazanılacaklar da önemsediğimiz insanlar için geçerli olmalı. Başlarına gelebilecek şey de baştan gösterilmeli ki yaklaşan tehdidin sonuçlarını anlayalım. Eğer bunları yapmazsanız, Buzula Dikkat! kuralını ihlal ediyorsunuz demektir. Aşağıda, yavaşça yaklaşan, çok uzakta olan, korkutucu olmayan veya sıkıcı "buzullar" listesi var:

- Şeytani yoyo
- Kalaşnikof taşıyan silahlı salyangozlar
- Sibirya'dan gelen haciz mektubu
- Cinayete teşebbüs eden tek bacaklı nine
- Kızgın kaplumbağa sürüsü
- Çekirgeler

Çekici bir film adınız olsa bile "kötü adam"ların bunlar olduğu filmler yazmayın. Tamam tamam, çekirgeler biyolojik bir dönüşüme uğrayıp insan eti yemeye başlıyorlarsa olur!

O zaman gelin konuşalım.

Kutsal Hazine Eğrisi

Kutsal Hazine Eğrisi kuralı, "Filminizdeki her karakter hikâye süresince değişmelidir. Değişmeyen karakterler sadece kötü adamlardır. Fakat kahramanla arkadaşları büyük bir değişime uğrarlar" diyen senaryo yazım kuralıdır.

Doğru da.

"Eğri" lafından film geliştirme yöneticileri ve "Senaryo Yazma Kılavuzu" yazarları gereğinden fazla kullandığı için nefret ediyorum ama anlamını da seviyorum. "Her karakterin 'yolculuğu'nun başından sonuna kadar yaşadığı değişim"e (yine bir kişisel gelişim terimi gibi ama...) eğri denir. İyi yapıldığında bir film boyunca her karakterin büyümesinin, uğradığı değişimin haritasını çıkarabiliyorsak karşımızda bir şiire dönüşüverir. Bununla özünde şunu söylemiş olursunuz: Bu hikâye, bu tecrübe, bunun bir parçası olan herkesin hayatını öyle değiştiriyor ki –sizin, seyircilerin bile– yörüngesine giren herkesi etkiliyor. Ezelden beri tüm iyi hikâyeler tüm ka-

rakterlerinin büyümesini göstermiş, değişimlerini izlemiştir.

Niye böyle?

Bence bir film boyunca karakterler değişmek zorunda çünkü eğer anlatmaya değer bir hikâyeniz varsa, o hikâye, ona dahil olan herkes için hayati derecede önemli olmalı. Bu yüzden her karakterin kuruluş bölümleri de varacağı sonuçlar da dikkatlice işlenmeli ve film boyunca izlenen yol takip edilebilmelidir. Neden bilmiyorum ama bunun iyi bir örneği olarak akla *Özel Bir Kadın* geliyor. *Özel Bir Kadın*'da herkesin bir karakter eğrisi var. Richard Gere, Julia Roberts, Laura San Giacomo –hatta akıl hocası figürü Hector Elizondo– bu aşk hikâyesi tecrübesinden etkilenirler ve bir dönüşüme uğrarlar. Hiçbir ders çıkarmayan kötü adam Jason Alexander hariç herkes.

Özel Bir Kadın, bu kuralın geçerli olduğu, dikkatle işlenmiş, başarılı yüzlerce filmlerden biri. Gerçekten iyi olan tüm filmler bunu yapar. Aklınızda kalan filmler, sizi güldüren *ve* ağlatan filmler – ikinci kez görmek isteyeceğiniz tüm filmler.

Göz kırpma efekti.

Hikâyeler bir bakıma değişimleri *anlatır*. Hangi karakterin başarıya ulaşacağının hangisinin başarısız olacağının ölçüsü, karakterlerin *değişebilme* becerileridir. İyiler, değişimi memnuniyetle karşılayıp olumlu bir etki olarak görenlerdir. Kötüler ise değişimi reddeden, kendi yaptıkları şeyler yüzünden yerine dibine giren, hayatlarını tanımlar hale gelmiş davranış biçimlerinin dışına çıkamayanlardır. Hayatta başarılı olmak demek dönüşebilmek demektir. O yüzden bu, sadece iyi hikâye anlatmanın değil dünyanın en yaygın dinlerinin de temelidir. Değişim iyidir çünkü yeniden doğumu, yeni bir başlangıcın vaat ettiklerini simgeler.

Kutsal bir hazine.

Hepimiz böyle bir şeye inanmak istemiyor muyuz?

Hepimiz iyi bir film izledikten sonra hayata katılıp bir şeyler yapmak istemez miyiz? Hepimiz çakılı kaldığımız rutinimizin dışına çıkmak, yeni bir şey denemek, herkesin değişim geçirdiği bir

film izledikten sonra kendimizi değişimin iyileştirici gücüne açmak istemez miyiz?

İsteriz.

"Herkesin bir değişim eğrisi vardır." Bu, sarı bir Post-it'e not ettiğim, ne zaman senaryo yazsam iMac'imin üstüne yapıştırdığım sloganlardan biri. Oturup yazmaya başlamadan önce, Tahta'ya yayılmış hikâyelerinden bir harita çıkararak tüm karakterlerimin nasıl bir değişim eğrisi takip edeceklerine dair notlar alırım; bu notlarda her bir karakterin hikâyede ilerledikçe geçeceği dönüm noktalarını da yazar.

Bunu sizin de yapmanız şart.

Eğer senaryonuz monoton geliyorsa, hikâyede bir şeyin olmadığı hissine kapılıyorsanız çabucak bir Kutsal Hazine Eğrisi kontrolü yapıp filmdeki herkesin değişmesi, büyümesi ve dönüşmesi için daha çok çalışmanız gerekip gerekmediğine bakın.

Herkes derken, kötü adam hariç tabii.

Basın Dışarı

İşte hava atacağım yere geldik. Hem de nasıl atacağım! Sıradaki kuralı Steven Spielberg'den öğrendim. *Ha, evet ya, birlikte çalışmıştık da...* Kariyerimin de en öğretici tecrübelerinden biri oldu. Aslında Senaryo Fiziğinin Değişmez Kanunları'nın kitabını asıl yazması gereken adam o. Ben sadece onun anlattıklarını başka sözcüklerle yeniden yazabilirim.

Açıklayayım:

Steven Spielberg'den aldığım Basın Dışarı kuralını Jim Haggin'le Amblin'e sattığımız *Nükleer Aile* senaryosunu geliştirirken öğretti bana. Filmin önermesi şu: Bir aile bir gece nükleer atık alanında kamp yapmaya giderler ve ertesi sabah birtakım süper güçlerle uyanırlar. *Nükleer Aile*, bir gerçekleşen dilekler komedisi. Her ailе üyesinin ancak bir süper güçle giderilebilecek ihtiyaçları vardır. Reklam müdürü Baba akıl okuma gücü elde eder, böylece işyerindeki baş düşmanı pisliğin önüne geçer; ev hanımı olan Anne teleki-

nezi gücü elde edince zihin gücüyle nesneleri yerinden oynatabilen bir süper anne olur; Genç Oğlan, the Flash olup bir anda lisenin yıldız futbol oyuncusu haline gelir; ödevlerine hiçbir zaman yetişemeyen Genç Kız'ın süper bir beyni olur, üniversite sınavlarını en yüksek notlarla geçer. Eğlenceli, özel efektlerle dolu bir fantezi filmi. Ama bir mesajı da var. Sonunda hepsi güçlerinden vazgeçer. "Başarılı" olmanın aile olmaktan daha önemli olmadığını keşfederler.

Ama yine de geliştirme sürecinde her opsiyonu araştırmak istedik. İkimizden biri, galiba bendim, salak gibi "belki ailenin süper güçleri basın tarafından keşfedilir, haber ajansları da başlarına üşüşür" gibi bir fikri de sunduk. Steven Spielberg hayır dedi; nedenini de açıkladı.

Dünya'ya inip *Nükleer Aile*'deki gibi bir çıkmazda yaşayan ailenin hayatına giren uzaylı bir yaratığın hikâyesinin anlatıldığı E.T.'de hiç haber ekibi olmadığını fark etmiş olabilirsiniz. Haber ekiplerinin gelmesi için tabii ki çok iyi bir nedeniniz var. Ellerine, gerçek, canlı bir uzaylı geçirmişler! Üstelik herkesin gözü önünde orada duruyor. Ama Spielberg senaryo yazarı Melissa Mathison'la senaryonun yeniden yazımları üstünde çalışırken, filme basını dahil etmenin filmin önermesinin gerçekliğini bozduğunu keşfediyor. Halbuki aile ve mahalleyle sınırlı tutulduğunda, bizimle, yani seyirciyle, onlar arasında bir sır olarak kaldığı zaman büyü gerçekliğini koruyor. Düşününce, E.T.'ye basını getirmek sahiden filmi mahvederdi.

Akla dördüncü duvarı yıkmak tabiri geliyor. Oyunu seyirciden ayıran çerçeve sahnenin önündeki o gözle görülmez örtüyü kaldırmak anlamına gelen bir ifade. Bizim minik dramımıza basını dahil etmenin sonucu da aynı olacaktı.

Tabii ki bu, Spielberg'leri geri kalanından, yani bizden –ve Shyamalan'lardan– ayıran şey. Basın Dışarı kuralının hiçbir DreamWorks filminde ihlal edildiğini görmezsiniz ama M. Night Shyamalan'ın *İşaretler* (geldi yine o pis film) filminde ihlal ediliyor ve bence film de bundan zarar görüyor.

Pennsylvania'daki çiftlik evlerinde saklanan Mel Gibson ve ailesinin etrafını uzaylılar kuşatmıştır. Önce ekin çemberleri, ardından uzaylılar gelip *Yürüyen Ölülerin Gecesi*'ndeki (*Night of the Living Dead*) gibi Mel'in evine zorla girmeye çalışıyorlar (Ne yapmaya? Bilemiyoruz.) Biz saldırıyı beklerken Mel'le ailesi alüminyum folyodan şapkalarını kafalarına geçirip (Vay! Ne acayip film!) TV izlerler. CNN'de dünyanın her yanına inen diğer uzaylıların haberleri geçmektedir. Hatta Güney Amerika'da bir çocuğun doğum günü partisine saldıran bir uzaylının korkunç görüntüleri bile gösterilir.

Hepsi de ilginç tamam ama ne olmuş yani? Bunlarla Mel'in ailesini evlerinin etrafında cirit atan uzaylılardan korunmaya çalışmasının ne alakası var? Hatta, bence, ailenin durumundaki çaresizliği azaltıyor: Bu sorunla baş başa kalmıyorlar, *herkes* aynı şeyle uğraşıyor. E.T. örneğinde olduğu gibi "ortak sırrımıza" basını dahil etmek, işi bozuyor. Beni de, bir seyirci olarak, hikâyeden uzaklaştırıyor.

Demek istediğim, basını işe dikkatlice katmanız. Eğer filminiz basınla ilgili değilse, dünya çapındaki bir sorunla ilgilenmiyorsa, dünyanın dört bir yanındaki karakterlerin hikâyelerini izlemiyorsak, o karakterlerin de birbirlerinden haberdar olmaları önemli değilse, beni dinleyin. Ya da Steven Spielberg'ü.

Basın Dışarı.

Özet

Artık şimdi işin temellerini biliyorsunuz. Eğer siz de benim gibi biriyseniz, daha fazlasını öğrenmek, işe devam ederken de kendi kurallarınızı bulmak istiyorsunuzdur. Bunlar yıllar içinde bir kamyon dolusu film izledikten sonra insanın yaşadığı küçük "Evreka!" anları. Birden bir şeylerin niye yapıldığını, o sahnenin *gerçekten* niye yazıldığını anlamaya başlıyorsunuz, kendinizi de dâhi gibi hissediyorsunuz. Bir bakmışsınız senaryo yazım sırlarına hâkimsiniz; İsviçre saatinin arkasını açmış, çarklarının nasıl bir

araya getirildiğini kendiniz görmüşsünüz. Birden "Haa, BÖYLE oluyor!" diye düşünüyorsunuz.

Sanki bir sihirbazın sırlarını öğreniyormuşsunuz gibi geliyor.

Bir kez bu küçük numaraları fark etmeye başladığınızda, onlara isim takma arzusu da peşi sıra gelir. O yüzden O Kediyi Kurtar, Papa Havuzda, Siyahi Veteriner ve Basın Dışarı akılda kalıcı – benim için öyle en azından– ve öyle olması da şart. Eğlenceli, hafif de argo. Ayrıca öğrendiklerinizi unutmamanızı sağlayan bir araç. Kendinizi bir hataya sürüklenirken ya da yıkmak istediğiniz bir kuralla boğuşurken yakaladığınızda, bu kısa ve öz, mini dersler, "kanun"u dinlemenin de çiğnemenin de artılarını ve eksilerini anında değerlendirebilmenizi sağlar. Kaç defa kendimi bu hatalardan birine –veya çok daha fazlasına– sürüklenip giderken bulmuşumdur? Eh, çok. Ama zaten tüm bunların amacı zamandan kazanmak için kestirme yolları öğrenmek.

Senaryo yazmak tekrar tekrar bulmaca çözmek gibi. Pratik yaptıkça hızlanırsınız. Ne kadar çok hikâyenin şifresini çözer, sonra tamamlamak üzere ne kadar çok taslağı vurgularına ayırırsanız, ne kadar çok senaryonuza SON yazarsanız, o kadar iyi olursunuz. Bunlar, olmazsa olmaz, size zaman kazandıran kestirme yollar.

Alıştırmalar

1. Sevilmesi mümkün olmayan bir film kahramanı bulun. Filmin yaratıcıları bununla uğraşmak için bir şey yapmışlar mı? Hangi yeni O Kediyi Kurtar numaraları kahramanı sevmemizi sağlayabilir? Ama öyle eften püften de olmasınlar ki, bizi kuraldan uzaklaştırmasın.
2. Papa Havuzda'yı kullanan başka filmlerden örnekler bulun. Giriş bölümünü saklamak olay örgüsünü takip etmenize engel mi oluyor yoksa yardım mı ediyor?
3. *Örümcek Adam*'ı düzeltin. Stan Lee'nin yarattığı Marvel çizgi romanındaki hikâye çizgisini takip etmek zorunda olmadığınızı varsayalım. Senaryodaki Çifte Saçmalık'ı ber-

taraf etmek için nasıl değişiklikler yapardınız?

4. M. Night Shyamalan'ın *İşaretler* filmini siz sevmişsiniz, ben sevmediğim için de bana deli gözüyle bakıyorsunuz. Birinci Bölüm'ün sonunda yer alan adresime M. Night Shyamalan'ın *Yenilmez* (*Unbreakable*) filmini (o kadar abes bir film ki, *İşaretler* bunun yanında *Potemkin Zırhlısı* [*Battleship Potemkin*] gibi kalıyor) açıklayan bir e-posta yollayın. Ama şu da aklınızda olsun: Argümanlarıma iyi çalıştım ve gişeden 10 dolarımı geri alamadığım için hâlâ çok sinirliyim.

Yedinci Bölüm
Bu Resimde Yanlış Olan Ne?



Başardınız!
Tebrikler!

Tavsiyelerime uydunuz, hazırlığınızı yaptınız, hedefinizi bir profesyonel gibi vurdunuz, nihayetinde de SON yazdınız.

Elinizde 90 sayfa da olsa 130 da, yola çıkış amacınızı gerçekleştirdiniz: Bir senaryonun ilk taslağını yazdınız.

Harikasınız!

O yüzden, biraz daha ilerlemeden, bu parlak başarınızın biraz tadını çıkaralım.

Bir senaryoyu bitirmek, sizi sürekli yazacakları film fikirlerinden bahseden 10 yazar adayının 5'inden ayırır. İşi gerçekten tamamlayarak başarıya ulaşma ihtimalinizi son derece artırdınız. Birinci de olsa yirmi birinci de, yazdığınız senaryoyla yaratıcı şeytanlarınızla sonsuza dek sürecek çatışmanızda eliniz biraz daha güçlendi. Sırf bir senaryo yazmış olmadınız, işi daha iyi yapar oldunuz, yazacağınız her senaryoyla daha da iyi olacaksınız.

Ben ne mi yaptım? Ortak yazarlarla yazdıklarım ve TV senaryoları da dahil olmak üzere 75 senaryo yazdım. Şu an yazdıklarımla ilk zamanlarda yazdıklarımı karşılaştırdığımda yeteneklerimde gerçek bir gelişme görebiliyorum. Bu işte her zaman daha iyi olmam da mümkün. Yazacağım yeni senaryonun en iyi senaryom olacağına inanmaya devam ettiğim müddetçe, süreçten heyecan

duyduğum sürece başarısız olmamın imkânsız olduğunu biliyorum.

Ama şimdi size dönelim. Bitirdiniz! Çocuğunuzla gurur duysanız da kendi yarattığınız bu şeyde içten içe sizi şüpheye düşüren şeyler fark etmeye başladınız. Senaryonuzun bazı yerleri işlemiyor; siz de bunu biliyorsunuz. "Bazı yerlerin de" diyorsunuz içinizden "üstünden kamyon geçmiş gibi." Ama senaryonuzu tavsiye ettiğim gibi bir hafta (eğer dayanabilirseniz daha da uzun bir süre) kenara koydunuz sonra sıra yumurtasından yeni çıkmış o olağanüstü yaratığa dönmeye geldi. Başından sonuna tekrar okuyorsunuz... Ve birden donakalıyorsunuz.

Berbat bir şey!!!

Karakterler dümdüz! Ya hiçbir şey olmuyor ya da her şey o kadar yavaş oluyor ki siz mi yazmışsınız bir akıl hastası mı belli değil. Ne sanmıştınız ki? Daha işiniz *bitmedi*! Daha başlamadınız bile! Daha da kötüsü, artık bu acı gerçeği, bu işte ne kadar berbat olduğunuzu anladığınız için devam etmek bile istemiyorsunuz. Megalomanlığın zirvesinden, kendinizden nefret etmenin derinliklerine düştünüz.

"Bildiğimiz *roller-coaster*'a mı bindim ben?"

Korkmayın. Hep böyle olur. Daha gidecek çok yolunuz var. Hollywood tabelasından aşağı atlamadan önce bir nefes alın. Bu yavruyu yeniden ayağa kaldırmanın, sizi de megalomanlık rayınıza tekrar oturtmanın bir yolu var.

Bazı pürüzlü yerleri saptayıp düzeltmenizde size yardım edebilirim.

Zaten aslında o kadar da zor değil.

Sadece durumu değerlendirirken dürüst, tüm hataları düzeltmek için gerekli işleri yapmaya da gönüllü olmanıza bakıyor. Senaryonuzu yeniden yazarken size yardımcı olabilecek, sizden çok daha önce diğer senaryo yazarlarının karşılaştığı tipik sorunlu noktalar şöyle:

Kahraman Yol Gösterir

Bir sürü ilk taslağın ortak hatası pasif kahramandır. Özellikle geri kalan her şeyi doğru yaptıysanız tespit etmesi genelde zor olur. Senaryonuzun olay örgüsünü baştan sona planlamak için türlü zahmetlere girdiniz; her vurgunuz hikâyeyi de ilerletiyor. Fakat bir şekilde ana karakterinize hikâyeyi haber vermeyi unuttunuz.

Kahramanınız hikâye içinde *sürükleniyor*, bulunması gereken yerde bulunuyor ama nedensizce... Kahramanınızın bir gerekçesi yok, amacı belirsiz, ona rehberlik etmesi gereken itici güç kayıplara karışmış. Bir cinayet hikâyesinde dedektif böyle davransa nasıl olurdu bir hayal edin. Adına da Johnny Entropi diyelim çünkü hiçbir hevesi olmayan, üstüne para da verseniz de umursamayacak aylağın teki. Johnny olay yerine gider, olayın üstünde çalışıyor gibi görünür ama aslında hiç istemez. İpuçlarını hiç aramaz, ipuçları ona verilir. Hiçbir amacı yoktur. Yaşıyordur ama neden yaşadığını bilmez. Johnny'nin mottosu şudur: "Ne anlamı var? Nasılsa hepimiz bir gün öleceğiz."

Bu sizin kahramanınızı tasvir ediyor mu?

Eğer evetse, bunu çözmeniz lazım. Çünkü kesin emin olduğumuz bir şey varsa o da herkesin bildiği "*Kahraman proaktiftir*" düsturu. Kanun böyle. Eğer proaktif değilse, o karakter, kahraman değildir.

Ana karakterinizin biraz daha cazibeye ihtiyacı var mı yok mu kontrol edebilmeniz için aşağıda bir liste var:

1. Kahramanınızın amacı kuruluş bölümünde açıkça belirtilmiş mi? Karakterinizin ne istediği size ve seyirciye açık geliyor mu? Gelmiyorsa ya da kahramanınızın amacının ne olduğunu bilmiyorsanız; bulun. Amacın yüksek sesle söylendiğinden; eylemlerle, sözlerle hikâye boyunca yeniden belirtildiğinden emin olun.
2. Bir sonraki aşamada ne yapacağına dair ipuçları kahramanınıza kendiliğinden mi geliyor yoksa onları o mu arayıp buluyor? Eğer kahramanınız hiç zorlanmıyorsa, bir şey

yanlış demektir. Kahramana kaderini siz veremezsiniz, her aşamada kendisinin uğraşması şart.

3. Kahramanınız aktif mi pasif mi? Eğer ikincisiyse, bir sorununuz var. Kahramanınızın yaptığı her şey içinde yanan bir arzudan, hedefine ulaşmaya duyduğu derin bir ihtiyaçtan kaynaklanmalı. Eğer istekli değilse ya da içinde yanan o arzuya sıra çıkmaz ayın son çarşambasında gelecekse, kahraman diye Hamlet yazmışsınız demektir. Shakespeare'seniz sorun yok, Vin Diesel oynasın diye yazıyorsanız; var.
4. Kimin ne yapması gerektiğini kahramanınız mı söylüyor yoksa diğer karakterler mi? Buyurun harika bir genelgeçer kural: Kahraman hiçbir zaman soru sormaz! Kahraman bilir; etrafındakiler cevapları *kahramandan* bekler, kahraman onlardan değil. Kahramanınızın diyaloglarında fazla soru işareti görüyorsanız, orada bir sorun var demektir. Kahraman soru sormaz; o zaten bilir.

Bunlardan herhangi biri size doğru geliyorsa elinizde pasif bir kahraman olabilir. Pasif kahramanlı senaryolar da öyle ölü balık gibi yatar. O zaman düzeltin! Kahramanınızı itekleyip işin içine dalmasını söyleyin. Hadi, lider nasıl olurmuş görelim biraz. Kahramanlar öyle yapar.

Olay Örgüsünü Anlatmak

Zayıf senaryolarda, yazarın amatörlüğünü hemen ele veren bir başka sorun da "olay örgüsünü anlatmak"tır. Karakterler sahneye girip şöyle şeyler derler: "Yani, sen benim kardeşimsin, bilmen şart!" veya "Geçirdiğim kazadan önce N.Y. Giants'ın yıldız beki olmam gibi bir şey değil bu tabii ama..." Böyle diyaloglar (benimle birlikte tekrar edin) kötü diyalog! Ama niye yazıldıklarını da gayet iyi anlıyorum.

Açıklamanız gereken bir hikâye arka planı ve olay örgüsü var,

anlatmanızın hiç yolu yok, o yüzden de son çare olarak sizin yerinize karakterlerinize anlattırma yoluna başvuruyorsunuz. Sonra da berbat oluyor. Bu, "Okuyanın Senaryonuzu Bir Köşeye Fırlatacağının Garantisi" olan şeylerden biri.

Tüylerimizi diken diken etmesinin nedeni gerçek dışı olması. Kim öyle konuşur? Karakterlerinizin size değil, kendilerine hizmet ettiğini unutmuşsunuz. Her sahneye kendi amaçlarıyla girmeli, kendi akıllarındaki şeyleri söylemeliler; sizin içinizden geçenleri değil. Kim olduklarını, ne istediklerini, umutlarını, hayallerini, korkularını *ne* söyledikleri kadar *nasıl* söyledikleriyle açık etmeniz gerek. İyi diyalog bize yüzeyde olanlardan çok alt metinde neler olup bittiğini anlatır. Ne kadar incelikli olursa o kadar iyi. Ama olay örgüsünü anlatmak balyoz kullanmak gibi bir şey. Aşırı yüklenmiş oluyorsunuz.

Kötü diyaloğun bu kuralına ek olarak, amatör senaryolarda en sık yapılan hatalardan biri de "Anlatma, Göster" kuralının ihlal edilmesidir. Bir çiftin evlilik terapisinin nasıl gittiğini anlatan üç sayfalık diyalog yazmak yerine adamın karısıyla sokakta yürürken genç ve güzel bir kadını süzmesini göstererek sorunlu bir ilişki hakkında daha çok şey anlatabilirsiniz. Filmler resimlerle anlatılan hikâyelerdir. O zaman göstermek varken çareyi neden anlatmakta buluyorsunuz? Göstermek çok daha ekonomik! Seyirci, adamın N.Y. Giants'taki geçmişini bilsin mi istiyorsunuz? Evinin duvarına takımın fotoğraflarını asın, yürürken topallatın (kariyerini bitiren kaza sonucu topallamaya başlamış olsun – tabii bunun hikâyede bir yeri varsa), ince göndermelerle filme yedirin. İki kişi arasında bir kavga yaşandığını mutlaka anlayalım mı istiyorsunuz? Kavga *dışında* her şey hakkında konuşturun onları. Eğer iyi kıvırırsanız, seyirci anlayacaktır. Sizin sandığınızdan çok daha iyi kavrıyorlar.

Anlatmayıp göstererek karakterlerinizin olabilecekleri en iyi duruma gelmelerine izin vermiş oluyorsunuz: Aktif olmak için sizinkilerden farklı, kendilerine ait başka niyetleri ve dertleri var.

İşin aslı filmler o kadar "ne olduğu"yla ilgili ki karakterleri de

yaptıkları şeylerle tanımamız gerekiyor, söyledikleriyle değil. Hayatta olduğu gibi, insanın karakterini eylemleri ortaya çıkarır, söyledikleri değil. İyi bir filmde de bilgiler diyalogdan değil, hikâyenin canlı ve ileriye dönük hareketinden çıkar. O muhteşem olay örgünüzü de hikâyenizin arka planını da bir an önce anlatıp aradan çıkarın, hatta hiç anlatmasanız daha bile iyi. Hikâye başlamadan önce olup bitmiş şeylerden çok şu an ne olduğuyla ilgilenmelisiniz. O yüzden olay örgüsünü anlatmaya kendinizi kaptırdığınızı fark ettiğiniz an, durun. Çok anlattığınızı düşündüğünüzde de gösterin, anlatmayın.

Kötü Adamı Daha Da Kötü Yap

Bu, Kahraman Yol Gösterir kuralına ek olarak, "Kötü adam olabildiğince kötü olmalıdır" diyen bir kural. Çoğu zaman kahramanınız yapmakla yükümlü olduğu her şeyi yerine getirir. Proaktiftir, çözüm arar ve engellerin üstesinden gelir, harika şeyler yapar ama biz yine de etkilenmeyiz. Bir hiçtir! O kadar vasat, kahramanlıkla ilgisi olmayan, o kadar önemsiz biridir ki... Perdede kahramanları izlemek isteriz, "bir hiç"i değil.

Eğer bu tanıdık geliyorsa, belki de sorun kahraman değil karşı karakterdir. Eğer öyleyse basit bir çözümü var. Belki de kötü adamı daha kötü yapmanız gerekiyordur!

Bu ilk taslaklarda sık görülen bir sorun. Bence kahramanımızın kazanmasını o kadar çok istiyoruz ki başarıya ulaşmasını imkânsız hale getirmek istemiyoruz. Ama kahramanımızı tehlikeden, mücadeleden koruyamayız. Kaldırabileceğinden biraz daha fazlasını üstüne atmamız gerek. Kötü adamı daha kötü yapmak, otomatik olarak kahramanı da büyütür. Senaryo Fiziğinin Değişmez Kanunları'ndan biri.

James Bond'u düşünün. James Bond'u süper bir casus yapan şey silahları, ekipmanı, kadınlar veya arabaları değil. Onu James Bond yapan Goldfinger, Blofeld ve Dr. No'dur. Düşmanı ufak bir banka şubesinde çalışan, zimmetine para geçiren kötü bir muhasebeci olsa 007 ne kadar da sıkıcı olurdu. İşin zorluğu nerede kalırdı

o zaman? Birden o silahlar, araba ve tüm o albeni gereksiz oluyor. James, suçlunun kaçıp gittiği yeri internetten çabucak bulup martini saatine tam vaktinde yetişebilir. Kahramanlığının daha büyük olması için uğraştığı karakterin de daha büyük olması gerek. Kendi gücüne denk güçleri olan bir karşı karakterin olması gerekiyor.

İyi anlatılmış birçok filmde kahramanla kötü adam, bir insanın birbirine karşı üstünlük mücadelesi veren iki yarısı gibidir. Bu yüzden de neredeyse güçleri ve yetenekleri bakımından eşittirler. Kahramanla kötü adamın aynı *persona*nın iki yarısı gibi olduğu kaç tane film geliyor aklınıza? *Batman*'i (Michael Keaton ile Jack Nicholson), *Zor Ölüm*'ü (Bruce Willis ile Alan Rickman) hatta *Özel Bir Kadın*'ı (Richard Gere ile Jason Alexander) düşünün. Bu filmlerdeki kahramanla kötü adam aynı insanın aydınlık ve karanlık yönleri gibi değil mi? Tek bir ruhun çekilmiş pozitif ve negatif röntgen filmleri gibi değiller mi? İkisi de diğerinde olan bir şeyi istiyor – belki de karşısındaki karakteri "o" yapan şeyi istiyorlardır.

Şunu demek istiyorum: Kahramanla kötü adam birbirleriyle eşleştikleri bir takım oluştururlar. Yetenek ve güç bakımından da eşit olmalıdırlar ama yine de kötü adamın kahramandan bir parça daha güçlü olması gerekir. Çünkü kazanmak için her yolu denemeye hazırdır. Kötü adam, doğası gereği "aile değerleri"nden çoktan vazgeçmiştir zaten. Bu, kötü adamı yenilmesi imkânsız biri yapın demek değil, sadece yenilmesi imkânsızmış *gibi* gösterin demek. Kahramanınızla kötü adamın güçleri eşit değilse, eşitleyin ama avantajı kötü adama verin. Kötü adamın gücünü, yenilmezliğini artırdığınızda kahraman bizi hayran bıraktıracak daha çok şey yapmak zorunda kalacak. Kötü adamı, kahramanımızın onu yenmek için kullanacağı yeteneklerinin erişebileceğinden biraz uzağa yerleştirmeniz kahramanımızı da yüceltir.

Dön, Dön, Dön

Bu da artık rengi solmuş bir Post-it'te yazılı duran sloganlardan biri. 20 yıldır masamın üstünde yapışık duruyor. Senaryo ya-

zımı üstüne duyduğum ilk öğüt buydu. Kimin söylediğini hatırlıyorsam ne olayım.

Ama bu meçhul akıl hocası o zamandan beri bana hep yol gösterdi.

"Dön, Dön, Dön" kuralının temeli şu: Olay örgüsü sadece ilerlemez. İlerlerken kendi etrafında da döner ve kuvvetlenir. Bu, hızla (sabit bir hız) ivme (artan bir hız) arasındaki farktır. Kural da şudur: Olay örgüsünün sadece ileri doğru hareket etmesi yeterli değildir; doruk noktasına doğru daha girift bir biçimde ve daha hızlı ilerlemelidir.

Filminizde bir şeyler oluyorsa ama ilginç değilse elinizde sadece bir takip sahnesi var demektir. Oradan oraya, oradan oraya gidip dururlar ama takip sahnesinde seyircinin gözü dışında başka bir yerini çalıştıran hiçbir şey yoktur. Sadece bir sürü şeyin olduğunu izleriz ama içinde çekici gelen ya da insani bir ilgi duyabileceğimiz hiçbir şey yoktur.

Bu da... (Tahmini olan? Tahmini olan yok mu?) *kötü* bir şey. Evet.

Örnek olarak Mike Myers'in başrolünde oynadığı pek gürültülü ve hareketli bir filmi, *Şapkalı Kedi*'yi (*The Cat in the Hat*) alalım. Şimdiye kadar yapılmış en uygunsuz çocuk filmlerinden biri olmasının dışında BİR SÜRÜ ŞEYİN! olduğu, karman çorman, BİR DOLU! aksiyonun yaşandığı... ama aslında hiçbir şeyin *olmadığı* filmlerin şahane bir örneği. Göz boyayan hareketli efektlerin olduğu ama filmi ilerleten hiçbir hareketin olmadığı sahneler. TAKİP SAHNESİ! Ama ne alınacak bir risk ne de ucunda kazanılacak bir şey var. Oradan oraya, oradan oraya gidip duruyorlar ama benim zerre umurumda değil, niye izlediğimi de bilmiyorum. Bu da şunu kanıtlıyor: Bir sürü aksiyon sahnenizin olması, bir hikâyenizin de olacağı anlamına gelmiyor. İlerliyor ama "Dön, Dön, Dön" kuralına uymuyor.

Olay örgüsünün her aşamasında karakterlerinizle ya da tüm bu aksiyon sahnelerinin anlamıyla ilgili daha çok şey açığa çıkma-

lıdır. Siz de bu olay örgüsünü yazan kişi olduğunuza göre buna uygun olarak senaryo boyunca olanların karakterlerinizi nasıl etkilediğini göstermek zorundasınız. *Kahramanların* kusurlarını göstermeli; ihanetlerini, şüphelerini ve korkularını ve onlara *yönelik* tehditleri ortaya çıkarmalısınız. Kötü adamların kahramanların bilmediği gizli güçlerini, henüz kullanmadıkları kaynaklarını, karanlık arzularını göstermelisiniz. Olay örgüsünün kendi etrafında dönen elmasının tüm yüzeylerini gösterin, bırakın elmastan yansıyan ışıklar seyirciyi hayran bıraksın. Elmas, perdede sadece dümdüz ilerleyemez. Gözümüzü kamaştırması için dönmesi, dönmesi, dönmesi gerekir. Her tarafını gösterin bize. Işık her bir yüzünde oynaşsın, biraz o detayları görelim!

Aynı şey olay örgüsünün hızı için de geçerli. Kötü adam, kahramanı avucunda daha da sıkı tutmaya başlayınca olaylar da hızlanır, düşmanların kahramana mengeneyle sıkıştırır gibi uyguladıkları basınç nihayet bir enerji ve duygu seliyle Üçüncü Perde'nin doruk noktasında patlar. Orta noktayı döndürmenize rağmen olay örgünüz güç kazanmıyor, sona doğru gitmeye başlamıyorsa, bazı sorunlar var demektir.

Dön, Dön, Dön; bize olay örgüsünü ilerletirken hızlandırmamızı ve her şeyi büyük bir enerjiyle açığa çıkarmamız gerektiğini hatırlatır. Bize olay örgüsünün dinamizmini artırmamızı, uyuşukluğunu azaltmamızı söyler.

O yüzden senaryonuzun olay örgüsü bir şekilde statik ya da monoton geliyorsa, başka açılardan bakmayı deneyin. Ayrıca sadece ilerletmeyin, hızlandırın. Döndürün, döndürün, döndürün.

Duygusal Renk Paleti

"İyi bir film *roller-coaster*'a binmek gibidir" dendiğinde kastedilen, hikâyenin açılıp gelişmesini izleyen bir seyircinin sonunda hissiz kalmasıdır. Güldünüz, ağladınız, uyarıldınız, korktunuz; pişmanlığı, öfkeyi, hayal kırıklığını, "eyvah başaramayacak" endişesini ve nihayetinde müthiş bir zafer yaşadınız. Sonunda salo-

nun ışıkları yanıp sinemadan çıktığınızda kendinizi bitkin hissediyorsunuz.

Of! Ne acayip filmdi ya!

İster komedi ister dram olsun işin özü, seyircinin duygularını sağmak. Bu da *tüm* duyguları kullanarak filmi duygusal bir tecrübe haline getirmek demek. Niye böyle olduğunu bir düşünün. Sinemaya sadece gerçeklikten kaçmak, hayata dair ufak bir ders çıkarmak için değil; hayatla, hayata eşlik eden duyguların güvenli bir ortamda yeniden yaratıldığı bir rüya halini yaşamak için de gideriz. Güzel bir rüya gibi filmi yaşamalı; tükenmiş ama hoşnut, her hissi yaşamış, başarılı ve tatmin olmuş bir şekilde uyanabilmek için önce uykumuzda olduğumuz yerde kahramanla birlikte koşmalı, aşk sahnesinde yastıklarımıza yapışmalı, filmin nefes kesen doruk noktasında örtünün altına girmeliyiz.

Peki filminizde bunlar yok, e, ne olur yani? Duygusal olarak da değişmiyorsa? Komedi filmi; baştan sona da komik işte. Ne sorun olabilir? Dram filmi; baştan sona heyecanlı, bu da tamam işte. Sorun ne?

Tamam, bir kılavuz kitapta referans vereceğim hiç aklıma gelmeyecek iki sinemacıya bakalım: Farrelly Kardeşler. *Ah Mary Vah Mary* (*Something About Mary*), *Alçak Adam* (*Shallow Hal*) ve *Takıldım Sana* (*Stuck On You*) gibi komediler yazıp yönetiyorlar. Şamatası bol müstehcen dekor sahnelerle tanınıyorlar. Ama sadece komik olduklarını zannediyorsanız yanılıyorsunuz. O adamlar duygularla çalışıyorlar. Filmlerinin her birinde büyük korku sahneleri, yoğun hasret sahneleri, şehvet sahneleri, insani zaaf sahneleri vardır. Farrelly filmleri işliyor çünkü duygusal renk paletindeki her rengi kullanıyorlar. Sadece monoton bir komiklik değil.

Siz de aynısını yapabilirsiniz.

Senaryonuz duygusal olarak tekdüze geliyorsa, geri dönüp paletteki tüm renkleri kullanarak detaylandırın. Şehvet sahneniz nerede? Hayal kırıklığı sahneniz nerede? Korkunç sahneniz nerede? Bunlar yoksa, sadece komik ya da dramatik bir sahneyi alıp

eksik renklerinden birine göre değiştirip o duyguyu uyandıracak hale getirmeye çalışın. Bunu yapmanın iyi bir yolu da eksik duyguların her biri için gerçekten bir renk seçmek, senaryoya geri dönüp belli başlı sahneleri o renkle işaretleyip bir duygusal tondan diğerine geçmek. Seçtiğiniz sahneleri alın ve aynı aksiyonu, aynı +/-'yi, aynı çatışmayı ve çatışma sonucunu kullanın ama bu sefer kahkaha attırmak için değil şehvet duygusu için uğraşın. İki tarafın da geri adım atmaya niyetinin olmadığı doğrudan bir dramatik çatışma yerine kıskançlık koyun. Kullandığınız duyguları değiştirerek herkesi çok daha memnun edecek bir film tecrübesi yaratacaksınız.

Bana inanmıyor musunuz? Gidin, herhangi bir Farrelly Kardeşler filmine bakın.

"Selam, N'aber, Benden de İyilik"

Yavan diyaloglar iyi filmlerin bile başına gelir. Fakat sıkıcı ve art arda gelen cansız laflarınız varsa senaryonuz hiçbir zaman bir film olamaz. Kendinizi sayfalarca bu boşluk dolduran konuşmaları okurken bulduğunuzda başınızın dertte olduğunu anlarsınız.

Çünkü sıkıldınız!

Bu da... (Geliyor...) *kötü* bir şey. Gerçekten.

"Selam, n'aber, benden de iyilik" yavan bir diyaloğun ne kadar sıkıcı olabileceğini ve ne kadar boşa yer harcadığını anlatır bize. Monoton diyalog herkesin söyleyebileceği şeyler anlamına gelir. Senaryonuz tam anlamıyla gerçek hayattan alınmış, inandırıcı ama sıkıcı gelen laflarla doluysa büyük ihtimalle karakterlerinizi canlandırmak için yeterince uğraşmıyorsunuz demektir. Çünkü diyaloğunuz monotonsa o lafları söyleyen insanlar da öyledir.

Merak uyandıran karakterler bizim konuştuğumuzdan farklı konuşur. En sıradan şeyleri bile kendilerine özel bir söyleme biçimleri vardır; bu da onları normların dışına çıkarır. Bir karakterin diyalogları, karakteri *açığa çıkarmanız*, ne söylediği kadar o kişinin kim olduğunu da bize anlatabilmeniz için bir fırsattır. Birinin ko-

nuşma biçimi *karakterdir* ve o karakterin geçmişinin, kendi içinde savaştığı yaratıkların, hayata bakış açısının her yönünün altını çizebilir.

Karakterin konuştuğu her an, bunları gösterebilmeniz için bir fırsat.

Eğer diyaloğunuzun monoton olduğunu düşünmüyorsanız Mike Cheda'dan öğrendiğim basit bir taktiği deneyin. İlk dönem senaryolarımdan birini okuduktan sonra kötü haberi bana kendisi verdi: "Karakterlerinin hepsi aynı konuşuyor." Yani, doğal olarak aşağılanmış hissettim, tepem attı. Gençtim, katır gibi inatçıydım. Mike Cheda'ya da inanmadım. *Aman o ne bilecek?*

Sonra Mike bana şu basit Kötü Diyalog Testi'ni gösterdi: Senaryonuzdan bir sayfa alın ve konuşan kişilerin isimlerini kapatın. Şimdi lafları iki ya da daha fazla karakter arasında gidip geldiği bu haliyle okuyun. Diyaloğun tepesinde karakter adı görmeden kimin konuştuğunu anlayabiliyor musunuz? Mike'ın Barry & Enright'taki ofisinde bunu ilk kez denediğimde afallamıştım. Off, haklıydı. Bir karakterimi diğerinden ayıramıyordum. Ama sonra orada başka bir şey daha keşfettim: Tüm karakterler BENİM sesimle konuşuyordu! İyi bir senaryoda *her* karakter farklı konuşmalıdır. Her karakterin "Selam, n'aber, benden de iyilik" gibi en sıradan sohbette bile kendine özgü bir üslubu olmalıdır.

Bu konuda bana en çok şeyi "doğum sonrası karıştırılan uzaylı bebekler" komedisi *Koca Çirkin Bebek*'in (*Big, Ugly Baby!*) ilk taslaklarından biri öğretti. *Her* karaktere ayrı bir konuşma özelliği verdim. Biri kekeliyordu, biri benzer sesli kelimeleri yanlış yerlerde kullanıyordu, biri Oklahoma aksanlı bir Sartre uzmanıydı, uzaylı anne baba da (favori karakterlerim) hep bağırıyorlardı; bunun etkisini de söyledikleri her cümlede en az bir kelimeyi BÜYÜK HARFLE yazarak pekiştirmiştim. Kendi senaryonuzda bu kadar büyük bir şey yapmanıza gerek olmasa da o alıştırma bana karakterleri nasıl daha da zenginleştirebileceğimi göstermişti. "Selam, n'aber, benden de iyilik" gibi bir diyaloğu bile güçlendirmenin, karakterlerim

hakkında her şeyi ortaya çıkardığını ve senaryonun yüzde 100 daha iyi okunmasını sağladığını öğrenmiştim.

Bir Adım Geri

10 aylık bir yeniden yazım sürecinden yeni çıktım. Ortağım Sheldon'la beraber Altın Post senaryomuz üstünde çalışıyorduk; senaryoyu düzgün bir hale getirmemiz yedi –siz de sayın: yedi– taslağı buldu. O kadar uzun sürmesinin nedenlerinden biri çok temel bir hata yapmış olmamızdı. "Bir Adım Geri" kuralını bozmuştuk. Sırf bilin diye söylüyorum, herkesin –profesyonellerin bile– başına geliyor.

Dördüncü Bölüm'de de belirttiğim gibi hikâyemiz askeri okuldan atılıp eve yollanan ve ailesinin ona haber vermeden taşındığını anlayan bir çocukla ilgili. Çocuk kahramanımız böylece yollara dökülür, bir sürü eğlenceli macera yaşar, bu maceralarda insanlarla ilişkiler kurar, onlara yardım eder çünkü iyi bir çocuktur, gittiği her yerde çiçekler açtırıp yabancıların hayatlarını değiştirir. Hatamız karakteri yaratma biçimimizdeydi: Başkalarına yardım eden tatlı bir çocuk. Ona buradan gidebileceği hiçbir yer bırakmamıştık. Kahramanımız zaten değişmişti. Bu yolculuğa ihtiyacı yoktu. Başta da sonda da aynı insandı. Bu sorunu taslak taslak çözmek çok zaman aldı. Yolculuk bir anlam ifade etsin diye yazdığımız her taslakta onu duygusal olarak bir adım geriye götürüyorduk. *Tamam, biraz ileri, tamam şimdi de tamamen başa döndürelim!* Şimdi kolay geliyor ama işin içindeyken çözememiştik. Hikâyenin kahramanımızın büyümesiyle ilgili olması için onu olabildiğince geri götürmemiz gerektiğini bir türlü anlayamıyorduk. İster inanın ister inanmayın böyle hatalar her zaman oluyor.

Birçoğumuz kahramanlarımızın nereye varacağını bilir; onları büyümenin eziyetlerine maruz bırakmak istemediğimiz için de acı çekmelerini engelleriz. Fakat çocuk büyütürken böyle bir şey nasıl mümkün değilse, bunda da değil. Karakterler burunları sürtüle sürtüle büyümek zorundalar. Hoşumuza gitsin gitmesin, bu-

na izin vermemiz gerek. Biz, Sheldon'la kahramanımızı o kadar sevmiştik ki filmin sonunda çok neşeli, olumlu ve özel biri olsun istiyorduk. Ama o hale gelmesi için verdiği mücadeleyi görmek istemiyorduk. Yaptığımız şey test sorularını çözmeden kitabın arkasındaki cevap anahtarına bakmak gibiydi. Onu o sona vardırmayı o kadar istiyorduk ki asıl hikâyenin o noktaya varış *çabası* olduğunu kaçırmıştık. Sonunda yolundaki engebeleri göstermek, varılacak sonucun etkisini de büyüttü.

Bir Adım Geri, tüm karakterleriniz için geçerli. Hikâyenizin akışı içinde herkesin nasıl büyüyüp değiştiğini göstermek için hepsini başlangıç noktalarına geri götürmeniz gerek. İşin sonucuna takılıp bizi kahramanlarınızın yolculuğunun eğlencesinden mahrum bırakmayın. Biz o değişimi görmek istiyoruz. Herkesinkini.

Bu, sadece filmlerin seyirciye her şeyi göstermesi gerektiğine dair başka bir örnek daha. Kahramanın yolculuğundaki tüm değişimler, tüm büyüme hikâyesi ve tüm aksiyonlar... Hepsini olabildiğince geri alın, yayı elinizde titremeye başlayıncaya kadar gerin, okun uçuşu en güçlüsü, en uzunu ve en iyisi olsun. Bir Adım Geri kuralı bunun sağlamasını yapar.

Hikâyeniz ya da hikâyenizdeki herhangi bir karakter bize bütün uçuşu, bütün yolculuğu göstermiyorsa... Bir Adım Geri atın ve her şeyi gösterin bize. Görmek istiyoruz.

Bir Değnek, Bir de Göz Bandı

Bazen bir senaryoda, tüm temel öğeler yerli yerindedir, kahramanınız da kötü adamınız da şahanedir, olay örgüsü bomba gibidir, orta noktadan sonra da kuvvetlenir, herkesin akılda kalıcı diyalogları da vardır. Ufak bir sorun hariç her şey harikadır: Çok fazla yan karakteriniz vardır. Bu karakterleri birbirlerinden ayırmak da zordur. Okuyucular bir karakteri diğerleriyle karıştırır. Bu da canınızı sıkar! Çok normal değil mi?

Olan şey şu: Hikâyeniz için elzem olan karakterleri ayırt edebileceğimiz özellikler vermediniz bize. Böyle durumlarda "Aman,

neyse, kasting sırasında hallederler!" deyip bahane bulmaya çalışırız. Ama size bir şey soracağım: Öyle mi sanıyorsunuz gerçekten? Senaryonuzu okuyan kişi karakterlerinizi gözünde canlandıramıyorsa, siz de filmin kastingi yapılmış halini göremeyeceksiniz demektir. Fakat bunu çözmenin kolay bir yolu var:

Her karaktere "Bir Değnek, Bir de Göz Bandı" verin.

Her karakterin kendine has bir konuşma biçimi olmalıdır evet ama ona bir de onu okurun aklına sokacak, hatırlanabilir başka bir şey de verilmelidir. Okurun elinde karakteri hatırlamasını kolaylaştıracak, film boyunca sürekli kullanılacak görsel bir ipucu olması gerekir. "Bir Değnek, Bir de Göz Bandı", karakterleri hatırladığımızdan emin olmak için onlara hangi özellikleri nasıl vereceğimizi düşünmek için biraz salakça bir yol gibi gelebilir ancak işe yarıyor – yeter ki uygulamayı unutmayın.

Böyle bir şeye ihtiyacınızın olduğunu genellikle okurlar sayesinde keşfedersiniz. Bir Değnek, Bir de Göz Bandı gibi basit bir kuralın ne kadar faydalı olabileceğini gösteren çok iyi bir örnek geldi başıma. Sheldon'la birlikte bahtsız *Zalim Kızlar* senaryomuzu yazıyorduk. Esas kıza âşık bir esas oğlanımız vardı. Filmde ne zaman görünse "hakikatin sesi" gibi davranıp ahlakı ve vicdanıyla esas kızın doğru yoldan sapmasına engel oluyordu. Komik bir çocuktu, yaşına göre olgun, mükemmel bir yetişkin adayıydı ama filmde aklının ona yarardan çok zararı dokunuyordu. Olay örgüsü için hayatiydi ama bir biçimde kâğıt üstündeki hali hiç akılda kalmıyordu. Müdürümüz Andy Cohen taslak üstüne taslak okudu ve hep o çocukta takıldı. Kimdi o? Tamam, önemli bir fonksiyonu vardı ama ilginçliği neydi? Diyalogları değiştirmeyi denedik; çocuğu daha komik, daha akıllı hale getirmeyi denedik ama hep aynı düz çizgide kaldık.

Sonunda Sheldon harika bir çözüm buldu. Senaryoda oğlanı ilk gördüğümüz an onu siyah tişörtlü, çenesinde bir tutam üçgen sakalı olan biri olarak tasvir ettik. Sembolik olarak çok uydu; içindeki modaya uyma, daha olgun olma arzusunu, dış görünüşü-

ne pek de yansıtmayı beceremediğini gösteriyordu. Senaryoda her göründüğünde de buna atıfta bulunduk. Andy'ye senaryoyu geri verdik; bizi arayıp ne yaptığımızı anlamadığını ama karakterin artık aklında canlandığını söyledi. Oğlan, sayfadan fırlayıp aklında bir yer etmişti. Bütününde çok az şey değiştirmiştik; hâlâ aynı çocuktu, ona sadece Bir Değnek, Bir de Göz Bandı vermiştik.

O da her şeyi değiştirmişti.

Bu teknik bir "hile" ya da "numara" mı? Hayır, senaryo yazarlığı. İşin kendisi. O yüzden baktınız bir ya da birden fazla ayırt edilemeyen, arada kaynayan karakteriniz var, benim artık hep söylediğim şeyi söylemeyi deneyin:

Bence bu adamın Bir Değnek, Bir de Göz Bandı'na ihtiyacı var.

Köklü mü?

"Köklü" terimini kitap boyunca kullandım. Benim için hem senaryo yaratırken hem de yazmış olduğum bir senaryoyu düzeltirken kullandığım mihenk taşı. "Köklü mü", bir projenin başından sonunda kadar sorduğum bir soru. İşin özü de senaryoyu daha da köklü hale getirmek. "Kökleri derinde mi?" ya da "Bir mağara adamı bundan bir şey anlar mıydı?" diye sormak, seyirciyle temel bir düzeyde bağ kurup kurmadığımızı sormak demek. Olay örgünüz hayatta kalmak, açlık, cinsellik, sevdiklerinizi korumak ve ölüm korkusu gibi içimizde kök salmış dürtülere mi dayanıyor? Yüzeyde başka bir şey gibi görünse de bir filmdeki herkesin amacını altında kök salmış, bu kadar temel bir şey yatmalı. Karakterlerinizi harekete geçiren şeyin köklerini sağlamlaştırdığınızda senaryoda olan her şeyi içgüdüsel bir biçimde birbirine bağlanan prensiplere dayandırmakla kalmayacaksınız, hikâyenizi dünyanın her yerinde satmayı da kolaylaştırmış olacaksınız.

Bunu bir düşünün.

Bir aşk hikâyesini Çin'de de herkes "anlar". *Jaws* ya da *Yaratık* hikâyesini Güney Amerika'da herkes anlar çünkü "kendini yedirt-

memek" köklü bir şeydir – filmde akılda kalıcı diyalogların olmaması bir şey değiştirmez.

Ancak bu, senaryonun işlemeyen yan karakterler veya yan hikâyelerinin küçük çözümleri için de geçerli. Bu karakterler temel dürtülerle mi hareket ediyor? Bu soru, şunu sormanın da bir başka yolu: Bu karakterler bize tanıdık gelen insanlar gibi davranıyorlar mı? Eğer cevap hayırsa köklü meselelerle uğraşmıyorsunuz demektir.

Diyelim ki çok şatafatlı bir konseptiniz var: Uluslararası tahvil piyasasına hile karıştıran brokerler. Peki. Çok ilginç. Ama özünde, olay örgüsü ne olursa olsun, her karakterin arzusunu daha köklü bir hale getirdiğinizde olay örgüsünü de herkesin anlayabileceği bir gerçekliğe dayandırmış oluyorsunuz – hikâye birden brokerler hakkında bir hikâye olmaktan çıkıp hayatta kalmaya çalışan insanların hikâyesi haline geliyor.

Birkaç hit filmdeki temel dürtüler şöyle:

- Ailenizi kurtarmak (*Zor Ölüm*)
- Evinizi korumak (*Evde Tek Başına*)
- Bir eş bulma arzusu (*Sevginin Bağladıkları*) (*Sleepless in Seattle*)
- İntikam alma arzusu (*Gladyatör*)
- Hayatta kalma arzusu (*Titanik*)

Bu filmlerin her biri; biyolojik bir ihtiyaç –insanı yönlendiren esas ilke– olarak değerlendirmenin daha doğru olacağı köklü arzuları anlatıyor. Piyango kazanma arzusu aslında daha çok yemeğe, daha çok eşe sahip olmaya, daha çok çocuk yapmaya, istenen her zaman üremeye duyulan arzudur. İntikam arzusu aslında rakip bir DNA taşıyıcısını yenmek ve kendi DNA'nızı ilerletme arzusudur. Ebeveynini ya da çocuğunu bulma arzusu, varolan DNA'yı çökmekten kurtarma, koruma ve hayatta kalma arzusudur.

Hikâyenizin bunlardan daha "sofistike" olduğunu düşünebilirsiniz. Ama değil. Özünde mağara adamı düzeyinde bir anlamı olan bir şey anlatmalı.

Şimdi hep beraber: Şüphe ettiğiniz an, şunu sorun: "Yeterince köklü mü?"

Özet

Şimdi artık işin kurallarını kullanarak senaryonuzun sağlamasını nasıl yapabileceğinizi gördünüz. Senaryonuz monoton geliyorsa ya da okuyanlardan tam olarak tespit edemeseler de bir yerde bir sorun olduğuna dair yorumlar aldıysanız, aşağıdaki yedi basit soru zayıf noktalar hakkında düşünmenize, onları bulmanıza yardımcı olacak.

Düzeltmenize de.

Kendinize "Bozulmuş mu? Testi"nin şu sorularını sorun:

1. Kahramanım aksiyonu yönlendiriyor mu? İşin her aşamasında proaktif ve bir arzu ya da amaç için coşkulu mu?
2. Karakterlerim "olay örgüsünü anlatıyorlar" mı? Senaryomdaki aksiyonlarda görünmesine izin vermeden, karakterlerime bir romancının söyleteceği şeyleri mi söyletiyorum?
3. Kötü adam yeterince kötü mü? Beraberinde getirdiği zorluk, kahramanım için uygun mu? İkisi de bu filmin bir parçası mı?
4. Senaryom orta noktadan sonra daha hızlı ilerlemeye ve yoğunlaşmaya başlıyor mu? Üçüncü Perde'nin sonuna geldiğimizde kahraman ve kötü adam hakkında daha fazla şey açığa çıkıyor mu?
5. Senaryom duygusal olarak monoton mu? Sadece dram mı? Sadece komedi mi? Sadece üzüntü mü var? Sadece hayal kırıklığı mı var? Sanki başka duygular da gerekiyor ama senaryoda eksikmiş gibi geliyor mu?
6. Diyaloğum tekdüze mi? Kötü Diyalog Testi'ni yaptıktan sonra herkes aynı konuşuyor gibi geliyor mu? Sırf konuşma biçimlerinden bir karakteri diğerinden ayırabiliyor muyum?
7. Yan karakterlerim birbirinden ayrılıyor mu? Akılda canlanan halleriyle birbirlerinden ayırt etmek kolay mı? Hepsinin kendine has konuşma biçimleri, dış görünüşleri ve

davranışları var mı?

8. Kahramanımın yolculuğu gidebildiği en geri noktadan mı başlıyor? Bu hikâyede kahramanın duygusal gelişiminin tamamını görüyor muyum?
9. Köklü mü? Karakterlerim, içlerinde kök salmış bir arzuyla –sevilmek, hayatta kalmak, ailelerini korumak, intikam almak– uğraşıyorlar mı?

Eğer yukarıdaki sorulardan herhangi biriyle ilgili içten içe şüpheye düştüyseniz, artık ne yapacağınızı biliyorsunuz. Geri dönüp düzeltmeniz için tüm araçlarınız mevcut. Ama düzeltecek misiniz? Asıl mesele o. İpucu: Şüpheniz varsa, düzeltin. Siz ya da ilk okur grubunuz senaryonuzda sorunlar bulduysa büyük ihtimalle başkaları da bulacaktır. Tembellik etmeyin! "Aman neyse, kimse fark etmez" demeyin. Çünkü fark ederler. Şimdiden mükemmel olmanız, senaryonuz Steven Spielberg'ün masasına gitmeden önce hatalarınızı düzeltecek cesareti göstermeniz çok daha iyi.

Bırakacağınız ilk izlenim için tek bir şansınız var. Kendiniz ve yaptığınız işle yaşadığınız aşktan kurtulup (Ben herhalde binlerce kez kendi yazdıklarıma âşık olmuşumdur!) yapılması gereken ne varsa yapın. Profesyonelleri hobicilerden ayıran şey şudur: "Berbat bir şey yazdın!" diye dırdır edip duran sese karşı olgun, yetişkin ve profesyonel ses hemen araya girer: "Ama nasıl düzelteceğimi biliyorum!"

Alıştırmalar

1. Favori janrınızdan seçtiğiniz film listenize dönün, içlerinden size zayıf gelen bir filmi seçin ve "Bozulmuş mu? Testi"ni kullanarak filmi geliştirmek mümkün mü anlamaya çalışın.
2. Janrınızdaki favori filmlerinizden birini seçip kahraman/kötü adam ilişkisini inceleyin. Kötü adamı daha zayıf veya sıradan bir karakter haline getirdiğinizi, böylece o ilişki-

yi eğip büküp bozduğunuzu hayal edin. Böyle basit bir değişiklik kahramanın ilginçliğinden bir şey götürüyor mu?

3. Gerçek hayatta "olay örgüsünü anlatmayı" deneyin. Cidden. Bir partiye veya bir arkadaş grubu buluşmasına gidip, "Chicago'da doğmuş bir senaryo yazarı olmaktan kesinlikle çok memnunum" ya da "Vay canına, lisede tanıştığımızdan beri, yani 20 yıldır arkadaşız" deyin. Bu tür bir diyaloğa nasıl bir tepki aldığınıza bakın.

Sekizinci Bölüm
Son Kez "Görüntü Açılır:"



Böylece senaryo yazımı sohbetimizin sonuna gelmiş oluyoruz.

Senaryo yazarlığıyla ilgili pek çok konuyu tartıştık, bu kitabı yazarken arada kendi senaryolarım üstünde de çalıştım, sizin için sakıncası yoktur umarım! Bu sırada Hollywood diyarında çok şey oldu:

- Devam filmleri kısmi bir başarı elde etti.
- Önceden satılmış *franchise*'ların çoğu iyi iş yaptı ama bazıları da sefil bir biçimde ölüp gitti.
- "İlk hafta dev gişe yapalım da (3000+ salonda gösterim) ikinci hafta gişe yüzde 70-80 düşse de olur" stratejisi birçok filmin bütçesini çıkarmasını sağladı; bu da bu taktiğin süreceğini garantilemiş oldu.
- Aile filmleri diğer tüm film türlerini geçti; herkesin bildiği bu gerçek karşısında Zegna takımlı havalı filmciler sessiz kaldılar. (Ailece izlenecek filmler –ıyy!– yapıp kokteyllerde *cool* olmak zor!)

Kısacası olanlar sadece ilginç değil: Bir patlama, altına hücum yaşanıyor. Sizin de bilmeniz gereken en önemli şey bu işin hâlâ yeni yeteneklere yatırım yapmak için birçok nedeni olan, kârlı bir iş olduğu. *Spec* senaryonuz için hem iyi hem de kötü haberlerim var:

İyi haber: Stüdyoların senaryonuzu satın alacak parası var.

Önceden satılmış *franchise* arenasında büyük bir başarının yaşanmamış olması, size ihtiyaçları olduğuna işaret ediyor. Hiç olmadığı kadar orijinal fikre ihtiyaçları var. O yüzden senaryonuzu satın almaları muhtemel.

Kötü haber: Tüm başarıları kendilerine yoruyorlar. Kurnaz pazarlama, daha iyi muhasebe, fikirlerin filme dönüştürülmesinde daha fazla kontrol... Bu işi böyle böyle başardılar, hanımefendiler, beyefendiler! Elleri dert görmesin! Stüdyo yöneticileri her gün güneş doğsun diye dua ederler, doğduğunda da kendi dualarının sayesinde doğdu zannederler.

Fakat bu sizi caydırmasın. Bu kitaptan çıkaracağınız tek bir şey varsa, o da şu olsun: Satış yapmanın yolu senaryonuzu daha önce hiç düşünmediğiniz kadar bir "iş planı" gibi düşünmekten geçiyor. Yaratıcı bir yaklaşımınız varsa, siz de Hollywood'a senaryo satabilirsiniz. Satarsanız da parlak bir geleceğiniz var demektir. Akılda kalıcı bir *logline*, çekici bir film adı fark edilmenizi sağlayacaktır. Yapısı sağlam kurulmuş bir senaryo işin içinde kalmanızı sağlar, senaryonuzu nasıl düzelteceğinizi bilmeniz –ya da size verilen herhangi bir senaryoyu– size kariyerinizi verir. İşin bu kitapta özetlenen gerekliliklerinde uzmanlaştıysanız, bu oyunda kazanırsınız.

Ama aceleci mi davranıyoruz?

Kapıdan içeri nasıl giriliyor onu bile bilmiyorum mu diyorsunuz?

Azim mi Kader mi?

Hiç şaşmaz; daha ilk ders bitmeden her senaryo yazarının aklındaki o en mühim soru mutlaka sorulur bana:

"Nereden menajer bulacağım?"

Sırf şans desem bana inanır mısınız? Çok da endişe etmeyin, olduğu zaman olur desem bana deli der misiniz? Muhtemelen inanmazsınız. Ama belki de ben kendimi satmakta çok rahat olduğum için bana öyle geliyordur. Senaryolarımı, kendimi pazarla-

ma işini çok seviyorum. Telefon etmekten, bir partide biriyle tanışmaktan, ertesi gün de gerçekten aramaktan (eğer kartını verdiyse) ya da benimle tanışmak isteyeceğini düşündüğüm insanlara beni tanıtmaları için arkadaşlarımı kandırmaktan çekinmiyorum.

Ben insanlara verebileceğim bir şey olduğunu düşünüyorum. İşi seviyorum, bu işin içinde olan insanlarla tanışmayı da seviyorum. Olabilecek en kötü şey diyorum, birinin "hayır" demesi olur.

İşte ilk menajerlerimi nasıl bulduğumu anlatan iki hikâye. Biri azmin başarısı, diğeri kadere bir örnek.

İlk menajerimle sırf cesaretli olduğum için çalışmaya başladım. Arkadaşlarımla birlikte *The Blank Show* isimli bir TV dizisine pilot yazıp çekmiştik. O zamanlar çok yeni olan kablolu TV'nin komik bir parodisiydi, çok kısıtlı bir bütçeyle yapmıştık, bitirdiğimizde de elimizdeki şeyle ne yapacağımızı bilmiyorduk. Ben pazarlamak için gönüllü oldum. Los Angeles'a geldim, Public Access TV'ye[22] sundum, TV'de gösterileceği bir gün ve saat sözü de aldım. Sonra, haftalarca şehrin Batı yakasının (yapımcıların yaşadığını düşündüğüm yer) her yerine programımızın yayınlanacağı günün, saatin yazdığı el ilanları yapıştırdım. Bir pazar gecesi sonunda oynadı. Tahmin ettiğiniz gibi, bir sonraki gün yani pazartesi sabahı Improv.'un sahibi Budd Friedman'ın yapımcı ortağından bir telefon aldım. Diziye bayılmış! Arkadaşlarımla ben, bizi temsil etsin ister miymişiz? Benim yardakçılar çetesini Budd'la yapacağımız toplantı için Los Angeles'a getirttim; Budd hemen oracıkta bizi temsil etmeyi teklif etti. Birazcık şans ve azim fark edilmemizi sağlamıştı. Komedi topluluğumuz neticede dağılsa da Budd Friedman'la arkadaşlığımı bu zamana kadar sürdürdüm.

İşte "kendini gösterince" böyle şeyler olabiliyor, o yüzden her zaman kendinizi göstermeniz gerek. Ama kaderim bana azmimden daha iyi bir şey verdi.

[22] Profesyonel olmayan film/dizi meraklılarının, prodüksiyonla ilgilenen insanların da içerik yaratıp sunabildikleri, TV dizileri yayınlayabildikleri kamuya açık kablolu TV kanalları. (ç.n.)

Bir sonraki –ve şimdiye kadarki en iyisi– menajerimle çok daha tesadüfi koşullar altında tanıştım. NBC'de yayınlanan *Öğretmenlere Özel* (*Teachers Only*) isimli *sitcom*'daki prodüksiyon asistanı işlerime bir ara verince, hafta sonu için evime, Santa Barbara'ya gitmeye karar verdim. Yolda çok yorulmuştum ama yerimde duramıyordum. Bir içki içerim, bir umut kızlarla tanışırım diye oranın bir *pub*'ına gitmeye karar verdim. Tanıştım da. Görür görmez âşık olduğum, sonunda da sevgilim olan o kızla tanıştım. Hayır, menajer olan o değildi. En yakın arkadaşı menajer olmak istiyordu. Onunla da hemen arkadaş oldum. Writers & Agents'ta menajerliğe terfi edince kendisiyle çalışmayı teklif ettiği ilk yazarlardan biri bendim. Hemen evet dedim.

Hilary Wayne işte böyle menajerim oldu. Hepsi bara bir içki içmeye uğradığım için yaşandı.

Hilary'yle aramızdaki muhteşem ilişki hep devam etti. En iyi menajerim oydu. Benim için çok iyi anlaşmalar yaptı, üslubumu, fikirleri konsepte dökebilme kabiliyetimi anladı ve bütün kariyerimin temelini oluşturdu. Bu işte daha yeni olmasına rağmen sadece satışta değil, hem senaryonun hem de yazarın piyasada konumlandırılmasında gerçek bir yeteneği vardı. Nasıl kariyer yapılacağını biliyordu; benimkini de sıfırdan o kurdu. İlişkimiz, Hollywood tarihinde "*spec* satışları"nın kral olduğu zamana denk geldi. Stüdyo yöneticilerinin başka stüdyolardaki el değmemiş senaryoları kapmak için gayret ettiği, alabilmek için de fiyatı milyon dolarlara çektikleri zamanlardı. Hilary de bu intikam maçlarını başlatmakta, yöneticileri karşı karşıya getirmekte, ertesi gün *Variety*'nin baş sayfasında manşet olacak satışları ayarlamakta ustaydı.

Hilary'yle birlikte sadece bir menajer değil, ortak da bulmuştum. Bu kadar iyi yürümesinin sebebi aynı frekansta olmamızdı. İkimiz de başarıya açtık; piyasaya saygı duymak için, piyasada ihtiyaç duyulan şeyi verebilmek için çok uğraştık. Geleceği tahmin ettik, ben gidip ürettim, o da benim ürettiğimi sattı. Böyle milyonlarca dolar kazandık. Hilary, 1998'de hayatını kaybetmeseydi hâlâ

onunla çalışıyor olurdum. Şimdilerde sık sık işlerin bugünkü durumunu nasıl yorumlardı diye merak ediyorum. İşin doğası artık değişti, *spec* satışı çılgınlığı da eskisi gibi değil. Fakat Hollywood'un hâlâ iyi fikirlere ve iyi yazarlara ihtiyacı var. Bu labirentte yolunuzu nasıl bulursanız bulun, cesur olmak zorundasınız. Kendi Hilary Wayne'inizi de bulmanız şart çünkü tek başınıza beceremezsiniz.

Benim için anılarımı anlatmam bir şey; kendime işe yeniden girişiyor olsam ne yapardım ya da yeni bir menajer bulup kendimi bugün sıfırdan satmak istesem ne olurdu diye sormam başka şey. Ben şanslıyım. Bilgisayarımın başından kalkıp insanlarla tanışmayı dert etmiyorum. Hepiniz öyle değilsiniz. Yazarlar olarak dışarıya karşı ilgisiz ve içedönük olmaya, içe bakmaya meyilliyizdir. Ama senaryonuzu satmak istiyorsanız, kendi pazarlamanızı da yapmak zorundasınız – bunu olabilecek en sağlıklı ve olumlu anlamda söylüyorum. İşinize sahiden meraklıysanız kaba saba bir satıcılığa gerek kalmıyor. Bu işte size yardım ettikleri kadar sizin de yardım edebileceğiniz ortaklar bulursanız, karşılıklı bir fayda sağlanmış olur.

En azından benim tavrım hep böyle oldu.

Belki zihninizde olumlu birkaç görsel canlandırabilirim, böylece siz de kendinizi bazılarını sonuna kadar uygularken hayal edebilirsiniz. Çünkü yetenekli bir senaryo yazarı olmak, hatta en mükemmel senaryoyu yazmak bile, varmak istediğiniz yere gidebilmeniz için gerekenlerin sadece ufak bir parçası. Çalışma odanızdan çıkıp insanların arasına karışmanız gerekecek. Bir de temiz bir gömlek giyip ayakkabılarınızı boyamanız ve gülümsemeniz.

Saha Hazırlığı

Olay örgüsü iyi kurulmuş ve (umarım) mutlu biten her hikâye gibi, siz de bir plan yapıp adım adım o planı takip etmelisiniz.

Elinizde şunlar var:

Kendiniz varsınız. X tane senaryonun altında imzası olan bir senaryo yazarı, yakalanmış farklı satış başarıları ayrıca bir de film-

lere ve sinemacılara duyduğunuz büyük aşk.

Ürettiğiniz şey var – en iyi senaryonuz. Birkaç satış sunumunuz (önceden yazmış olduğunuz senaryolar için bile olsa), bir de eğer Birinci Bölüm'deki tavsiyelere uyduysanız çok çekici *logline*'larınız ve senaryo isimleriniz var. Artık yola çıkmaya hazırsınız.

Bir sonraki aşamada neye ihtiyacınız olacağına dair kabaca da olsa bir fikriniz var: Bu projeleri satmanızda size yardımcı olacak bir menajer; ya senaryolarınızı sizden satın alacak ya da bu projeleri başlatacak, satacak ve filme dönüştürmek için sizinle ortaklığa girecek yapımcılar.

Eğer elinizde bunların olduğu bir listeniz henüz yoksa yapmaya başlayın:

- İnternete girin, Hollywood Creative Rehber'ini kontrol edin (www.hcdonline.com). 50$ filan bayılasınız varsa da basılı kopyasını alın (bayılasınız olsun biraz). O rehberi okuyup öğrenin. Prodüksiyon şirketleri, bağlantı kurulacak kişilerin isimleri, senaryo yazarı meslektaşlar ve sizin janrınızda projeleri olan yapımcılardan başlayın.
- Aynı şekilde HGD Talent Agency rehberinin bir kopyasını alıp benzer bir liste yapın. Sizin sevdiğiniz filmleri seven büyüklü küçüklü şirketlerdeki menajerleri de dahil edin.

Bundan sonra bir de gerçekten akıllı olmaya başlamanız gerek.

İnsanın Ruhunu Kemiren O İlk İletişim

Herkese mektup yazarak ulaşabilirsiniz; kapılarında kamp kurup kurbanlarınızı sinsi sinsi izleyebilirsiniz; *The Blank Show*'u çekip L.A. Public Access'te yayınlatabilir, telefonunuzun çalmasını bekleyebilirsiniz. Yönteminiz ne olursa olsun, kendinizi ve ortaya çıkardığınız ürünü yavaş ve emin adımlarla "onlara" tanıtmalısınız. Bence önce işi kişisel bir şeye dönüştürmek önemli. Kişisel hale getirmek, insanların sizinle tanışıp sizi tanımalarına izin vermek işinizi tanıtmanın en iyi yolu. Dâhi menajerim Hilary –bunun

da Hollywood Bulvarı'ndaki levhalardan birine yazılması lazım– hep şöyle derdi: Her satışın bir hikâyesi vardır! O hikâye sizsiniz. Ama o hikâyeyi listenizdeki insanlara nasıl anlatacaksınız? Şöyle:

- *Yüz yüze* görüşmek, telefon etmekten daha iyi...
- *Telefon etmek*, dosya yollamaktan daha iyi...
- *Dosya yollamak*, e-postadan daha iyi...
- Ama yabancı birinden gelen bir e-posta gördüğüm an genellikle hemen bilgisayarda SİL'e basıyorum – eğer önceden e-posta gönderileceği söylenmediyse veya gönderilen şey o gün benim işime yaramayacaksa.

Tüm bunların püf noktası o anki hedeflerinizden çok, uzun vadeli olanlar üstüne düşünmeniz. Tabii ki bir menajere ihtiyacınız var, hemen şimdi! Ama aynı zamanda itibar kazanmaya da ihtiyacınız var. Eğer bir kariyer sahibi olacak kadar şanslıysanız, bu insanlara yıllar boyunca tekrar tekrar rastlayacaksınız. O yüzden köprüleri yakmamaya, en azından büsbütün yakıp yıkmamaya çalışın. Nazik olun. Yardımsever olun. Neşeli olun.

Fakat kapıları çalmaya ve kendinizi göstermeye devam edin.

Kendinizi konuştuğunuz herkesin yerine koyun. İstedikleri şey ne? Sizinle iş yapmayı onlar için nasıl kolaylaştırabilirsiniz? Sizinle kurdukları iletişimden, toplantınıza ayırdıkları zamana değecek ne elde edecekler?

Altın kurallardan biri de şu: Senaryonuzu satmak üzereyken menajer bulmanız daha kolaydır. Sizden daha önce senaryo almış birine satış sunumu yapmak da öyle. O yüzden her zaman şunu tavsiye ediyorum: Eğer geçerliliği olan herhangi bir kuruluş, az bir paraya da olsa, senaryonuzu opsiyonlamak istiyorsa, başka kimseden de bir teklif almadıysanız hemen kabul edin. Birinin önce davranmasının ne kadar kıymetli olduğunu size anlatamam. Ayrıca ön ödemesi ne kadar az olursa olsun, bir sürece girmiş projelerinizin olması başkalarına vebalı olmadığınızı da gösterecektir. Yeni insanlarla tanıştığınızda konuşacak bir şeyiniz de olur.

Artık ne sattığınızı ve kime satmak istediğinizi biliyorsunuz.

Ama sunduğunuz teklifi nasıl farklılaştırabilirsiniz? Sürekli satış teklifleri alan birisinin ilgisini nasıl çekebilirsiniz? Yapılacak tek şey bir şey çıkana kadar tekrar tekrar denemek desem betiniz benziniz atar mı?

Ama bunlar dışında başka hiçbir şeye ihtiyacınız yok.

Denemeye, ilgi çekmeye çalışmaya devam edin. Herhangi bir gelişme, ne olduğu hiç fark etmez, devasa bir atılım olacaktır. Hemen bir menajer bulamasanız, anında bir satış yapamasanız da dosya yolladığınız, telefon ettiğiniz, bir kahve için biriyle buluştuğunuz her an ilerleme kaydedersiniz. İşte pazarlamada ilerleme kaydettiğinize dair birkaç işaret:

- Bir menajerin ya da yapımcının projen bana göre değil ama başka senaryolar için aklımdasın demesi.
- Sizin *sevdiğiniz* bir menajer ya da yapımcıyla konuşmanız. Bu bir işaret yoldaşlarım! Sizin onlarla kimyanızın tutması en az onların sizi sevmesi kadar önemli. Şimdi "hayır" demiş olsalar bile, sonra yeniden iletişime geçmek isteyeceğiniz birini bulduğunuz anlamına geliyor.
- 50 ismin olduğu ihtimaller listesini, üç tane "belki"ye indirdiniz. O 47 "hayır"dan mecburen geçeceksiniz. Her hayır, "evet"e bir adım daha yaklaşmak demek. Ama işi yaptınız işte! "Evet", çok daha yakınınızda.
- Birileri size referans oldu. İletişime geçtiğiniz, size hayır demek üzere olan herkese bu soru bir noktada sorulmalı: "Kariyerim hakkında görüşmemi tavsiye edeceğiniz başka biri var mı?" *Referanslar altın değerindedir.*[23] Tanıdığım herkes referans olmaktan, başkalarına yönlendirmekten çok mutlu oluyor. İster inanın ister inanmayın, insanlar başarılı olmanıza yardım etmek istiyor.

[23] NBC'de asistan olarak böyle işe girdim. Bir iş için bir yapımcıyı önceden haber vermeden aradım. Buluştuk, bana göre hiçbir şeyi yoktu ama toplantı o kadar iyi geçti ki NBC'deki arkadaşını arayıp bana bir görüşme ayarladı. O yapımcı da eskiden asistanlık yapmış biriydi.

Çevre Edinme

Menajer ve yapımcı bulma yollarını tamamen tüketince yardım aramak için nereye gideceksiniz? Bütün iş *kimi* tanıdığınızda! E, o zaman nasıl iletişime geçeceksiniz? Böyle şeyleri menajersiz bile halletmenin yolları var:

- Film Festivalleri: Yaşadığınız yerde ya da gidebileceğiniz yakınlıkta bir yerde düzenlenen film festivali var mı? Gidin. Kartvizit alın, senaryonuzu sunun, başka sunumları dinleyin. Bir temas, bir temastır. Tanıştığınız her insanın tanıdığı 30 başka insan var. Festival sonrası da iletişimde kalın ve sizi birilerine yönlendirmelerini isteyin. Size yapılan iyiliklere verebileceğiniz bir karşılık bulun. *Onların* projelerine nasıl yardımcı olabileceğinizi sorun.
- Dersler: Diğer senaryo yazarlarının gittiği yerlere gidin ama yapımcı adaylarının olduğu yerlerde olmayı da ihmal etmeyin. Bana yakın UCLA'de her dönem düzenlenen yapımcılık seminerleri var – bir yazarın şehirdeki genç ve yetenekli yeni dalga yapımcılarla tanışması için şahane bir yer. Büyük ihtimalle sizin yaşadığınız yerdeki üniversitede de benzer dersler veriliyordur.
- Senaryo Yazarlığı Grupları: Bu grupların *online* olanlarından çok var. Ayrıca yerel topluluklar da düzenliyor. Ben en iyilerinden birine üyeyim; The Screenplayers adlı (www.screenplayers.net) becerikli yazarlardan oluşan küçük bir grup. Bunlar, kendilerine ve birbirlerine yardım etmek için kaynaklarını bir araya getiren senaryo yazarları topluluklarıdır. Eğer grup doğru kurulmuşsa, biriniz komedi uzmanı, biriniz korku filmi fanatiği vs. olacaksınızdır. Belki içinizden biri ona faydası dokunmamış ama size yardımcı olabilecek bir yapımcı tanıyordur. Eğer bildiğiniz böyle bir grup yoksa internette arayın veya kendiniz bir tane kurun.
- Uzmanı Olun: Filmleri madem çok seviyorsunuz, o zaman film eleştirileri yazmaya başlayın. İster yerel gazetenizde

ister internette yazın. Yönetmen/senaryo yazarı Rod Lurie'nin kariyeri böyle başladı. François Truffaut'nun da aynı şekilde. Bir noktada birileri bu iki adamın anlattıkları şeyi bildiklerini fark edip onlara kendi filmlerini yapma şansı verdi. Eleştirmen olmaları onlara seslerini duyurabilecekleri bir platform sağlamıştı. Sıra icraata geldiğinde de senaryoları ve projeleriyle hazırlardı.

- Los Angeles'a Gelin: İster bir haftalığına ister temelli gelin, L.A. işin merkezi. O zaman ne işiniz var Dubuque'de? Ben sıfırdan başlıyor olsaydım L.A.'ye gelir, herhangi bir iş –tercihen senaryo okuma işi– bulurdum. Senaryo yazarlığını ikinci bir iş olarak sürdürmeye devam ederken olabildiğince çok senaryo okuyup mümkün olduğunca çok insanla tanışırdım. Sadece bir haftalığına gelebiliyor olsaydım olabildiğince çok yapımcı toplantısına; SAG[24], DGA[25], WGA'daki sektör buluşmalarına katılır; hepsinde biyografim, kartvizitim, örnek senaryolarım, tretmanlarım ve yüzümü unutmamaları için de bir fotoğrafımla hazır olurdum. Sizi ne durduruyor?
- Siz.com: Ben bu yolu denemedim ama –en azından şimdilik diyeyim– kendiniz ve kariyeriniz hakkında bir web sitesi kurmaya ne dersiniz? Fotoğrafınızla özgeçmişinizi yükleyin. Hâlâ yazmakta olduğunuz senaryoları, tretmanları listeleyin; indirebilir örnek sayfalar koyun; hatta satış sürecine girmiş senaryoların detaylarını (onlardan da izin alarak tabii ki) birlikte iş yaptığınız insanların referanslarıyla paylaşın. Siz.com, referans verebileceğiniz, kartvizitinize yazabileceğiniz şahane bir şey. "Benim kim olduğumu mu merak ediyorsunuz? Web siteme bakın."

[24] Sinema Oyuncuları Birliği. (ç.n.)
[25] Amerikalı Yönetmenler Birliği. (ç.n.)

Bunu Evde Denemeyin...

Ne yapacağınızı bilmeniz kadar ne *yapmamanız* gerektiğini bilmeniz de önemli. İnsanların tavsiye ettiği ama benim faydasız bulduğum birkaç şey aşağıda. Kendinizi pazarlamanızın ana maddesinin –mümkünse yüz yüze– insanlarla tanışmak olduğunu unutmayın. O yüzden şunlar bana insanı oyalayan, bir değeri de olmayan işler gibi geliyor:

- Senaryo Yarışmaları: Bunu dediğim için feci eleştirileceğim ama söylemem şart: Senaryo yarışmaları bence dev bir zaman kaybı. Bu yakın zamanda birden türemiş bir trend. Bir sürü yazar da bu yarışmaların sonuçlarına kendilerini kaptırmış durumda, telefonun veya posta kutusunun başında yüzde 10'luk dilime –o da neyse artık– girip girmediklerini öğrenmek için bekliyorlar. Bu tür bir faaliyet için diyebileceğim tek bir kelime var: Durun. Gerçek şeylerle uğraşan herhangi bir menajer veya yapımcının gözünde zerre anlamı yok. Yarışmaları seviyorsanız iyi ama bana göre hepsi dipsiz bir kuyu. Bu yarışmalar için size para veriyorlar mı? Hollywood'un A sınıfı oyuncularıyla mı yapacaklar filminizi? Hayır! Şimdiye kadar ödül kazanmış bir tane bir senaryonun Tom Cruise'lu bir filme dönüştüğünü görmedim. Siz gördünüz mü? Biz de onun gibi gişe yıldızı oyunculara senaryo satmak için buradayız. Bunda anlaştık mı? Güzel!

  Öte yandan... Bir de "büyük"lere senaryo satmış ya da onlarla çalışan uzmanlardan oluşan jürilerin dahil olduğu yarışmalar var. O profesyoneller paha biçilemez bir öğrenme ve çevre edinme fırsatı sağlayabilirler. O yüzden eğer illa bir yarışmaya katılacaksanız önce yapmanız gereken bir şey var: Dikkatli okuyun. Soru sorun. Üst düzey profesyonellerin jüri olarak yer aldığı, seminerler vereceği, geçerliliği olan yarışmaları arayın. Eğer o profesyonellerin o yarışmayla bir ilişkileri yoksa, sizin de olmasın.

- Aptal Senaryo Yazarı Numaraları: Ne kadar zeki olduğumuzu düşünürsek düşünelim, bazen kendimizi heyecanımıza fazla kaptırıyoruz. Yaratıcı insanlarız, herkes yaptıklarımızı anlayacak diye düşünüyoruz – ama anlamıyorlar. Alengirli numaralar işe yaramaz. Uyduruk dikkat çekme denemeleri işe yaramaz. Birkaç "yapılmaması" gereken şey daha: Kendinizi büyük bir sandığa paketleyip William Morris'e[26] kargolatmayın. *Variety*'den tam sayfa reklam alıp fotoğrafınızı, numaranızı koyup, "ekmek parası için" sloganıyla ilan vermeyin. Favori film yıldızınızın yüzü oyulmuş kartonetine kendi suratınızı koyup fotoğraf çektirmeyin, fotoğrafın üstüne "Birlikte çalışmamız lazım!" yazıp yollamayın. Ama ne yaparsanız yapın senaryonuzu okusunlar diye baskı yapmak için insanları Hollywood tabelasından aşağı atlamakla tehdit etmeyin. Hepsi yapıldı bebeğim, hepsi yapıldı.

Birkaç Pazarlama Örneği

Kendinizi ve senaryonuzu nasıl satacağınıza dair tavsiyeler verip kendi senaryolarımı satmak için yaptıklarımdan –bazısı işledi, bazısı işlemedi– örnek vermesem eksik kalırdı. Hepsini denedim. Siz yine de bunlardan çok emin olmayın, denerseniz de sorumlusu sizsiniz.

"Özel sunumlar" alanında birkaç tane iyi hikâye anlatabilirim size. Mesela bir tanesinde eski arkadaşım ve birlikte senaryo yazdığım, inanılmaz komik insan Tracey Jackson'la bir toplantıda o kadar iyiydik ki yapımcı David Permut[27] bizi ertesi gün Howard Stern'e[28] sunum yapmak üzere uçağa bindirip New York'a götürdü. Bunun gibi harika sunumlar duyacaksınız; bu işte bazı yapım-

[26] WMA olarak da bilinen çok ünlü bir Hollywood ajansının kurucusu/sahibi. (ç.n.)
[27] Birçok kez Oscar adayı olmuş filmlerin yapımcısı ve Permut Productions kurucusu. (ç.n.)
[28] Amerikalı radyo/televizyon ünlüsü, yapımcı ve yazar. (ç.n.)

cılarla yazarlar diğerlerinden daha iyi, daha başarılıdır. Ayrıca bunları dinlemek de kesinlikle çok eğlenceli. Bu işin en iyilerinden biri yapımcı David Kirschner (*Chucky, Sevimli Fare* [*An American Tail*]). David, en büyük stüdyolarda satış toplantılarını sıraya dizmeyi, sonunda da gerçekten bir programı yayına sokmayı kendi uzmanlığı haline getirmişti. David, 50'li yılların TV dizisi İşi *Ona Bırak*'ın (*Leave it to Beaver*) hakları ondayken, film uyarlamasını sunmak için Universal'a gidiyor, yanında da sürpriz bir konuk götürüyor. David'in sunumu sırasında kapı çalınıyor, içeri Barbara Billingsley, orijinal dizideki esas Bayan Cleaver, giriyor ve yöneticilere süt ve kurabiye servisi yapıyor. David'in sunumunu başka bir stüdyoya daha götürmesine gerek kalmıyor.

Satıldı!

Disney'e Bette Midler filmi *Hocus Pocus*'u satmak için yaptığı sunumda David atmosferi güçlendirmek için ürkütücü, efektlerle dolu, cadılar toplantısı yaratmıştı, havayı tamamlamak için cadı kılığına girmiş oyuncular da oradaydı. O atmosferde, David de kendi satış sihrini yapmıştı. Bitirdiği zaman Disney yöneticileri büyülenmişti.

Satıldı!

Günümüzün *logline* kralı, yapımcı Bob Kosberg –elinde binlerce satış sunumu hazır bekleyen adam– olabilir. Her ay ya bir ya iki satış yapar. Harikadır. Kendi fikirleri ya da başka yazarlardan gelenler üstünde yazarlarla çalışır, projeleri kavramsallaştırma işinde sektördeki herkesten daha iyidir, başarılı olacak fikirlerin arasından külüstür olanları da ışık hızıyla ayıklayabilir. Odaya ne zaman girse elinde satılacak yeni bir fikri olur.

Satıldı!

Benim de uzmanlık sunumu yapmışlığım var. İçlerinden en çok hatırladığım, çok komik bir başarısızlık hikâyesi. İlk ortağım Howard Burkons'la *Yaşlı Öğrenci* (*Big Girl on Campus*) diye bir film fikrimiz vardı; aslında bir "okula giden *Tootsie*" senaryosuydu. Sadece böyle bir şeyin mümkün olduğunu anlatabilmek için

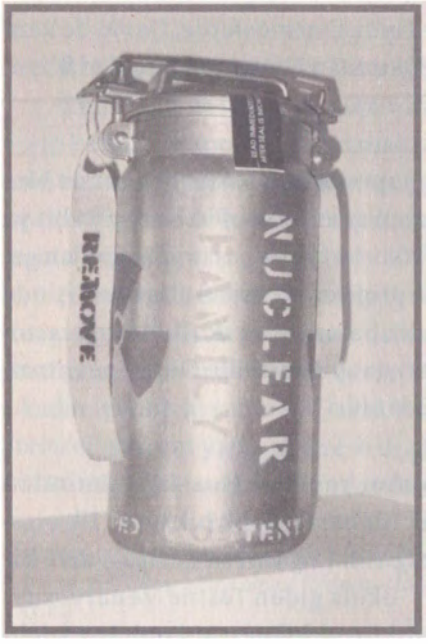
Howard sunuma makyajı, giyimi kuşamıyla tam bir kadın kılığında gitmeye gönüllü oldu. Howard elbisenin içinde ne kadar güzel göründüyse de *Yaşlı Öğrenci*'yi satamadık.

Satılamadı!

Buna rağmen Howard, Disney'de bir çıkma teklifi aldı.

Ben özel pazarlamada başarılı oldum. 90'lı yılların başındaki *spec* satışı çılgınlığı sırasında yeni yazılmış, satılık senaryoların Hollywood'da uyandırdığı yankı çok büyüktü. Bir senaryonun "şehre açıldığı" lafları günler, haftalar öncesinden dolanmaya başlardı. Senaryo geliştirme yöneticileri tarafından takip edilir, patronlar teklif listesine girebilmek için ısrar edip bağırıp çağırırdı.

Bu ortamda senaryo satışlarını özelleştirmek moda olmuştu. *Geri Sayım* (*Ticking Man*) senaryosu için yöneticilere senaryoyu yollamadan önce hepsi aynı zamana kurulmuş alarmlı saatler yollamıştık. Kurye senaryoları götürdüğü an Hollywood'un her yerinde alarmlar çalmaya başlamıştı. Gerilim böyle kurulur, karşılığı da böyle alınır!



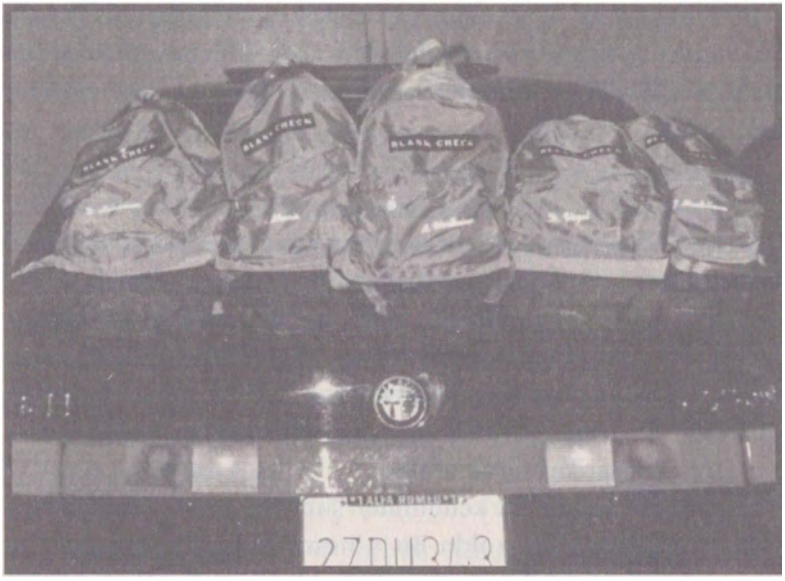
Jim Haggin'le *spec* senaryomuz *Nükleer Aile*'yi paylaşmaya hazır olduğumuzda, filmin havasını yaşatmanın yolunu senaryoları artistik bir biçimde tasarlanmış "radyoaktif senaryo saklama üniteleri"nin içine koymakta bulmuştuk. Bu kapları ihtiyaç fazlası askeri ürünler satan bir mağazadan aldığımız

Nükleer Aile Senaryo Saklama Ünitesi (1992)

malzemelerden yapmıştık. Sadece listemizdeki en özel yapımcılara yollayacaktık. Bu özel teslimatı stüdyoların güvenliğinden geçirdikten sonra (bombaya o kadar benziyordu ki yanlış bir kırmızı alarm vermeyelim istedik) kuryeler şehrin her yerine senaryo saklama ünitelerimizi bir telaş teslim ederken dağıtımını menajerimiz Hilary koordine ediyordu. Gün bitmeden Disney'den Jeffery Katzenberg ve Amblin'den Steven Spielberg teklif vermek için şahsen aradılar.

Yaklaşık bir yıl sonra Hilary'nin *Açık Çek*'i yollaması için Colby Carr'la onlarca çocuk çantasının içine milyonlarca dolar oyuncak para tıkıştırdık. Aslında senaryodaki hikâyenin iyi yapılmış üçboyutlu bir hediyeliğiydi.

Bu özel sunumların her biri milyon dolarlık satışlarla sonuçlandı. Ertesi gün *Variety*'deki başlıklar pazarlama alanındaki yeniliklerle iki senaryonun da sebep olduğu teklif savaşlarından söz



Açık Çek sırt çantaları (1993)

ediyordu. Biz bunları hep senaryomuz için sahiden çok heyecanlı olduğumuzdan ve okuru da havaya sokabilmek –nasıl iyi bir pazarlama kampanyası bütün ülkeyi bir yaz filmini izlemek için havaya sokuyorsa– için tasarladık. Herkesin bildiği bir gerçektir, satıcı en kolay alıcıdır. Ben ne için yapılırsayapılsın iyi kampanyalara bayılırım. Hollywood'daki yöneticiler de öyle. Onlar da hemen herkes gibi iyi bir filmi, iyi bir diziyi severler. Çabayı takdir etmeleri de daha muhtemeldir. Ayrıca her şey bir kenara, biz bunları hazırlarken çok da eğlenmiştik!

Tabii ki bu tür bir pazarlamanın şimdi modası geçti. Kimse artık böyle ufak numaralar yapmıyor. Bu satış türü geri gelir mi, şüpheli. Satın alınan senaryoların çok büyük çoğunluğu filme dönüştürülmedi, *spec* senaryo çılgınlığı da sona erdi. İş senaryolara teklif vermeye gelince günümüzde stüdyolar kontrolü ellerinden bırakmak istemedikleri için teklif savaşlarına eskisi kadar sık ve can atarak girmiyorlar. Ama o sırada eğlenceliydi! Senaryolarımızı diğerlerinden ayıracak, ilgiyi üstüne çekecek bir sonraki yenilikçi taktik ne olacak –belki internet aracılığıyla bir şey– kim bilir? Nihayetinde elimizde hâlâ özel efektleri, sürprizleri ve şovmenliği seven bir sektör var.

Neyse O

İşte. Tüm konu hakkında söyleyeceğim son birkaç şey. Kitabı bitirdiğim için gözlerim yaşarıyor biraz. Yazması çok eğlenceliydi, umarım bir biçimde size de yardımı dokunmuştur. Küçücük bir çocuk olduğum zamanlardan beri bu işin bir parçası olduğum için gurur duyuyorum. Harika maceralar yaşadım, bir sürü sahiden yaratıcılığımı körükleyen anlar geçti başımdan ve birçok şahane insan tanıdım. Harika bir yolculuktu.

Ama feci bir şekilde kendimden şüpheye düştüğüm, kendimi suçladığım zamanlar da oldu. Bu iş insana vurup durur, zaman zaman da havlu atmak isteriz. Ama bana olan şey size de olur da bir kez kanınıza girerse direnmeyi de öğreniyorsunuz. Başarısızlık-

tan da başarı kadar çok şey öğreniliyor. Denemeye devam ederseniz, odağınızı kaydırmazsanız evrendeki tüm ödülleri alabilirsiniz. Yapmanız gereken tek şey çalışmaya devam etmek, iyi bir duruş benimsemek ve bugünün hep "o gün" olabileceğini bilmek.

Colby Carr'la senaryoları yollamadan, menajerimize ya da yapımcıya vermeden önce kendimizi rahatlatmak için birbirimize söylediğimiz bir laf vardı. Elimizden gelenin en iyisini yaptığımızı biliyorduk. Diğer tüm yazar ortaklarımla olduğu gibi Colby'yle de paramızı kazanmak için çok çalışıyorduk. Kendimize herhangi bir eleştirmenin olabileceğinden bile sert davranıyorduk. Senaryoyu postaya bırakmadan ya da kuryeye teslim etmeden önce Colby'yle şöyle derdik: "Neyse o." Bu laf belli bazı sanatsal projelerin, kâr etme kaygısıyla da birleştiğinde, karşılamanız gereken taleplere göre kaleme alındığını anlatır. Eğer onları tatmin edici biçimde karşıladıysanız, işinizi yaptıysanız, kendinizi her açıdan sağlama aldıysanız, her kriteri bir de yaratıcı bir biçimde yerine getirdiyseniz yapabileceğiniz başka bir şey yok. Elinizden geleni yapmışsınız.

Gerisi kader.

Neyse o.

Sektör de neyse o. Sık sık isyan etsem de, katırlık edip yoluma devam etmeye çalışsam da kaçış yolu yok. "Onlar", yani stüdyoları yöneten ve tüm kararları verenler, bizim gibi yaratıcı insanları delirtecek her tür şeyi yapıyorlar ama işin başında onlar var. Evet, birinin "hava"sına kapılıp onlar kadar tanınmayan ama daha yetenekli diğer yazarları görmezden geliyorlar. Senaryoları çoğu zaman baştan sona dikkatlice okumuyorlar. Sizin bir sanatçı olarak gelişiminizden çok, nasıl bir manşete konu olabileceğinizle ve onlara sunacağınız fırsatla ilgileniyorlar.

Ama işin doğası bu.

Neyse o.

Kendinize "neyse o"nun sınırları içinde bir hayat bulmak zorundasınız. Katır inadınız burada devreye girip hem sizi hem de akıl sağlığınızı koruyacak. Bu kitap boyunca özellikle dalga geç-

miş olsam da hepsini sizi daha da inatçı olmaya zorlamak için yaptım: Ne yaparsanız yapın, inadınızdan vazgeçmeyin. Baştakiler elinizden bir sürü şeyi çekip alabilir. Senaryonuzu satın alıp sizi işten atabilirler, orijinal senaryoyu yok edinceye kadar yeniden yazabilirler ama ringde yere yığıldığınızda ayağa kalkıp yumruk savurmaya devam etme yeteneğinizi alamazlar. Üstelik ayağa kalktığınızda eskisinden daha iyi ve akıllı biri olacaksınız.

Her şeyden önemlisi yazdığınız her şeyde eğlenceli olanı bulmaya uğraşmalısınız. Çünkü eğlenmeniz, size doğru yolda olduğunuzu gösterir. İnsanın gözünü kamaştıran şu iki kelimeyi yüzüncü kez yazarken bile ilk yazdığınız zamanki kadar heyecanlı olabilmeyi başarın.

GÖRÜNTÜ AÇILIR:

Sözlük
Hollywood'da Sıklıkla Kullanılan Terimler



ALT METİN: Sahnenin, sekansın ya da senaryonun yüzeyinin altında yatan ve aslında gerçek anlamı olan kısım. Yakında boşanacak bir çiftin elma alırken yaşadıkları tartışmanın alt metni kırmızı elma mı yeşil elma mı alacaklar değil, çiftin sorunlar yaşadığı gerçeğidir. Elma tartışması da bunu kanıtlar! Olan şeyleri kafamıza kakmayın, anlamı saklamak çok daha incelikli ve iyi bir senaryo yazarlığıdır. Bu anları bu kadar zenginleştiren şey karakterlerin konuştukları değil, konuşmadıklarıdır.

BİRİNCİ SAYFA: "Bunun işi birinci sayfadan!" İyi bir fikri, belki bir de birkaç iyi karakteri dışında pek bir şeyi olmayan bir senaryo eline tutuşturulunca geliştirme yöneticisi çaresizlik içinde böyle yakarır. Ayrıca zavallının tekinin "birinci sayfadan başlayıp" yeni bir taslak yazmak zorunda kalacağı anlamına da gelir. Kaporta için gidilen tamircinin araba sahibine "Bu pert olmuş artık" demesi gibi.

BLOK KOMEDİSİ: Düşük bütçeli, aile odaklı bir film. Teknik gereklilikleri çok düşük, mekân değişiklikleri o kadar az ki stüdyodaki sette bile çekebilirsiniz – *Banliyö*'yü (*The Burbs*) çektikleri gibi. Bu terimi ilk kez Disney'de onlara sattığımız *Poker Gecesi* senaryosunu tartışırken duymuştum. O senaryo da sadece bir blokta, aynı mahalle de geçiyordu. "Bunlardan daha çok istiyoruz"

demişti baştaki yönetici. "Yani, böyle blok komedilerinden işte!" Bu terimi daha önce hiç duymamıştım. Belki sadece onun lafıdır ama benim de hoşuma gitti. Artık benim.

BÜYÜK DÖNÜM NOKTALARI: Birinci Perde değişimi, orta nokta ve Üçüncü Perde değişimi bir senaryodaki büyük dönüm noktalarıdır. Bunlar her tür ihtiyacı karşılamak üzere Tahta'daki yatay satırların sonunda bulunur. Bu noktalar ayrıca en dikkat edilmesi gereken yerlerdir. Satış sunumu sırasında bu büyük dönüm noktalarına asılacaksınız. Şanslıysanız bir tanesi yöneticilerin aklında kalır. Fakat her zaman bu noktaları sunumdan önce belirlemiş olmalısınız. Bunları belirlemeden senaryonun vurgularını çıkaramazsınız.

DEKOR SAHNE: Dekor sahne, bağımsız bir aksiyon sahnesi ya da sekansıdır. Bağımsızdır çünkü hikâyeyi ilerletmek ya da karakterlerin kim olduğuna dair oluşturduğumuz fikirleri güçlendirmekten çok filmin önermesini ya da bir durumun tüm olanaklarını sonuna kadar kullanmaya uğraşır. Bu yüzden de dekor sahneler atılabilir ve değiştirilebilirdir. Otobanda geçen bir "takip sahnesi" olay örgüsünü ilerletecek pek bir şey yapmaz ve bir süpermarkette, çocuk parkında ya da yarış pistinde geçebilir. Dekor sahne budur. Stüdyonun yaptığı bütçe kesintilerinin, yönetmenin "vizyon"unun belirlediği sınırlar içinde atılabilir ve değiştirilebilir. Ya da sırf filmin yıldızı otobanda takip sahnesi sevmiyor diye kesilebilir.

DESTEK ROKETİ: Her senaryoda sıkıcı ve uzayan noktalar olabilir. Bunlar genellikle Birinci Perde değişimi, İkinci Perde'nin sonundaki aksiyonun yavaşlayıp gevşemeye başladığı yerler gibi "büyük anlar"dan hemen sonra gelir. Bu noktalardan kurtulmamızı sağlayacak destek roketi bu anlarda araya sıkıştırılır. *Evde Tek Başına*'daki John Candy klasik bir örneğidir. İkinci Perde'nin sonunda bir annenin (Catherine O'Hara) çocuğuna kavuşmak için eve dönüş hikâyesi sürüklenmeye başlar. John Candy'yle polka grubu arkadaşlarının ortaya çıkışı, tam olarak senaryo doktorunun da önerdiği şeydir. Bir başka destek roketi karakteri de *Bu Nasıl Sarışın*'daki

manikürcüdür. Senaryodaki İkinci Perde geçişinden hemen sonra Elle Woods'un Hukuk Fakültesi destanından yorgun düşmeye başladığımız an manikürcü girer. Bu iki karakter de bu olası yavaş noktalardan roket hızıyla kurtulmamızı sağlar.

DÖRDÜNCÜ DUVARI YIKMAK: Seyirciye izlediği şeyin bir film olduğunu fark ettirecek bir sinemacı şakası. Dördüncü duvar, seyircinin sahnedeki karakterlerin hayatlarını inceleyebilmelerini sağlayan görünmez bir duvar. O duvarı kırmak, aslında o karakterlerin de dönüp seyircilere bakmalarını sağlıyor. Bu da sizi "hikâyeden çıkarıyor" Woody Allen'ın *Annie Hall*'da seyirciyle konuşması gibi işlediği örnekler var. Fakat çoğu zaman da Robin Williams'ın oynadığı karakteri "yıkıp geçmesi" gibi (mesela *Alaaddin*) işlemez.

DÖRT DÖRTLÜK FİLM: İşte size büyük *magilla*[29]. Her şey. Ana damar. Seyircisi dört dörtlük bir gişe filminiz varsa, piyango size vurdu demektir. Dört dörtlük filmin dört dörtlük seyircisi şöyle olur: 25 Yaş Üstü Erkekler. 25 Yaş Altı Erkekler. 25 Yaş Üstü Kadınlar ve 25 Yaş Altı Kadınlar. Eğer bu dört gruptan da seyirci çekebiliyorsanız, gişe rekortmeni bir filmi de garantilersiniz. Neden her film "dört dörtlük" olamıyor? Çünkü herkes farklı nedenlerle farklı grupları hedefliyor. Ben, bugün bu kitabı yazarken içlerindeki en cazip grup 25 Yaş Altı Erkekler. Çoğu film onlara yönelik yapılıyor çünkü sevgilileri olsa da olmasa da sinemaya gidiyorlar. Kendi gidecekleri filmlere yanlarında başkalarını götürmeleri, onların başkaları tarafından bir filme götürülmelerinden daha muhtemel. Filmlere kimin gideceğinin en büyük göstergesi onlar. Bu, zaman içinde değişebilir ama şu an bir hafta sonu hangi alışveriş merkezindeki sinemaya gitseniz gördüğünüz film seçkisi bu kitleyi hedef alıyor. Kimse bana göre film yapmıyor diye şikâyet mi ediyorsunuz? İşte sebebi bu. Ama bir senaryo satmaya çalışan *spec* senaryo yazarları için bu çok değerli bir bilgi.

[29] Beş megilot olarak da geçen kısa Ahit kitapları. (ç.n.)

DÜZELTİLMESİ GEREKEN ALTI ŞEY: Bu benim tabirim. Her zaman da kullanırım. Filmde sonradan "düzeltilecek" – eğer kahramanı yeterince seviyorsak ve yardımı hak ettiğini düşünüyorsak– kahramanın ufak kusurlarının, ona zorbalık eden düşmanların, rakiplerin, bir de karakterin dileklerinin yer aldığı uzun bir liste. Ben kendimi hep Birinci Perde'yle (kuruluş), İkinci veya Üçüncü Perde (sonuç) arasında gide gele listeye bir şeyler eklerken bulurum. Seyirciler olarak Düzeltilmesi Gereken Altı Şey'in sonradan senaryoda sonuca bağlandığını görmekten hoşlanırız. Hesapların kapatılmasını izlemek çok eğlencelidir. Ama varılan sonucun işlemesi için düzeltilecek kusuru en başa koymak zorundasınız.

EĞRİ: Bu, bir karakterin senaryonun başından ortasına, oradan sonuna kadar yaşadığı değişimlere işaret eder. Proje geliştirme toplantılarında en çok şöyle soruların içinde geçer: "Kahramanının eğrisi ne?" ve "Bu karakterler yeterince değişim eğrisi takip ediyorlar mı?" Siz de bu sorulara cevap olarak içinizden "Oturup sizi dinlerken, olan benim sabır eğrime oluyor" diyebilirsiniz.

GİRİŞ BÖLÜMÜ: Bana bilmem gereken gerçekler neyse onları verin hanımefendi, sadece gerçekleri. Ama rica ediyorum o arada uyutmayın beni. Yani, giriş bölümü –sinir olay örgüsü detayları, soygun planları ve hikâyenin arka planı– öylesine ortaya serilmez; maharetli senaryo yazarları tarafından eğlenceli bir biçimde anlatılmalıdır. Giriş bölümünü "saklamak" demek, onu çok da sıkıcı olmayacak bir şekilde ele almak demek. Bu işin ustaları, o sinir bozucu detayları bir kaşık şurup gibi kolayca yutmamızı sağlar.

GÜNÜN SONUNDA: Menajerlerin ve yöneticilerin kötü bir haber vermek üzere olduklarını gösteren bir ifade. Yani şöyle: "Senaryona bayıldık, Julia için de *şahane* olur diye düşündük ama 'günün sonunda' ortaçağda geçen bir müzikalde oynamaya ihtiyacı var mı acaba?" Ayrıca bu kötü haberi vermek için o menajer ya da yönetici tarafından büyük ihtimalle bu zaman diliminde aranırsınız.

HAFİF BİR ÖLÜM KOKUSU: Yapısı sağlam kurulmuş bir senaryonun 75. sayfasındaki Her Şey Bitti noktasına eklenen eks-

tra bir bonus. Bir şeyin metaforik olarak –ya da sahiden– öldüğü çok özel bir andır. Akıl hocasının öldüğü, biraz hasta gibi dediğiniz yakın arkadaşların, dostların tahtalıköyü boyladığı yer burasıdır. O yüzden bunu yerleştireceğiniz en doğru yer de burasıdır. Her Şey Bitti noktası, hafif bir ölüm kokusuyla doludur çünkü bildiğimiz haliyle dünyanın sonuna işaret eder ve kahramanın varılan bu sözde sondan yaratacağı yeni bir dünyanın başlangıcını gösterir.

HATIRLANACAK ANLAR: Birinci Perde'nin kuruluş bölümünde gösterilen, sonradan filmde hatırlatılan ufak parçalar, imajlar, karakter özellikleri ve metaforlardır. Bu hatırlanacak anlar çoğu zaman filmin kuruluş bölümünde gösterilen, sizin de mutlaka fark edeceğiniz anların açıklamasıdır. *Geleceğe Dönüş*'te Marty McFly'ın sevgilisinin üstüne "Seni Seviyorum" yazdığı el broşürü 1955 yılında Marty'ye saat kulesini, yaşanan elektrik fırtınasını ve DeLorean'ını 1985'e geri götürecek enerjiyi oradan sağlayabileceğini hatırlatır. Bu hoş bir hatırlatma anı. Diğerleri olay örgüsüyle bu kadar ilintili değildir, bize karakterin gelişimini hatırlatırlar; değişimi göstermek için bizi geçmişe götürür ya da nereden çıktığını hatırlatarak bir espriyi yeniden vurgularlar.

İLK MAKARA: Sessiz filmler çağında film makaraları 10 dakikalıktı. Yani ilk makaranın sonu demek filmin ilk 10 dakikasının bittiği anlamına geliyordu. Buradan hızla *Zor Ölüm* ve *Matrix* gibi aksiyon filmlerinin dâhi yapımcısı Joel Silver'ın bilgelik dolu tavsiyesine saralım: Her "makara"nın sonunda bir "patlama" ya da büyük bir aksiyon dekor sahnesi olmalıdır. İlk Makara hâlâ bir filmin ilk 10 dakikası anlamına geliyor; ben de ana hikâye karakterlerinin tanıtılacağı bölüm anlamında kullanılmasını öneriyorum.

JANR: Komedi ve dram gibi ana başlıkları geçince, janrlar daha spesifik gruplara ayrılır. Komediyse, ne tür bir komedi? Aile filmi mi, romantik komedi mi, parodi mi yoksa gençlik komedisi mi? Dramsa; aksiyon mu, romantik mi, gerilim mi yoksa korku filmi mi? Bunların her biri kendine ait kuralları, tarihi olan; seyircisinin farklı beklentiler içinde olduğu ayrı janrlar. Dikkat aralığı kısacık

olan Hollywood'da farklı janrların birleştirilmesi (Ron Howard'ın *Kayıp* filmi (*The Missing*) gotik/western mesela) şimdi moda olsa da bir filmin bir janrı olmasını rica ediyorum lütfen, çok teşekkürler. Birden fazla olunca ben ne olduğunu da, niye gidip o filmi izlemem gerektiğini de anlamıyorum.

KARA DELİK: Bunlar vurgu dökümünde, tretmanda, Tahta'da hikâyeyle nasıl dolduracağınızı bilemediğiniz boş yerler. Kara deliklere bakınca bu işe nasıl bulaştığınızı düşünüp duracaksınız. Hukuk okuyabilir ya da asker olabilirdiniz... Ama yok, illa bu işi yapacaksınız!

KAZANILACAKLAR DA KAYBEDİLECEKLER DE ARTAR: Bu geliştirme toplantılarında sık sık duyulan bir ifadedir. "Zaman daralıyor" veya "orta nokta engeli" olarak da bilinir ve gerilim seviyesinin yükseltilmesi anlamına gelir. Orta noktada birden yeni bir şey –daha önce gördüklerimizden bile daha büyük, tahmin edilemez ve üstesinden gelinmez gibi görünen bir şey– kahramanımız için bir sorun haline gelir. Kahramana yeni zorluklar vermek ve onu nihai zaferine taşımak için kazanılacakları ve kaybedilecekleri mutlaka artırın.

KÖKLÜ: Bir hikâyenin, karakter amacının veya film önermesinin temeli, insanlar olarak bizim içimizdeki dürtülerle olan bağında yatar. Hayatta kalma, cinsellik, açlık ve intikam hikâyeleri bizde derhal bir ilgi uyandırır. Bu temalar karşımıza konulduğunda durup bakarız. Engel olamayız. Bakmak *zorundayızdır*. O kadar köklüdürler ki. Bu size, yani senaryo yazarlarına, her aksiyonu, her hikâyeyi kendi köklerinde temellendirmeniz gerektiğini öğütler. Karakterler insanların davrandığı gibi davranmıyorsa, köklü dürtülerle harekete geçmiyorsa seyircinin sabrını test ediyor olma ihtimaliniz yüksek. "Köklü bir şey mi bu?" diye sormak, "Bir mağara adamı da anlar mıydı?" diye sormaktır. Cevap da şu olmalı: Evet!

KÖR KÖR PARMAĞIM GÖZÜNE ("Birazcık kör parmağım gözüne" olarak da geçer): En sevdiğim geliştirme yöneticisi laflarından biri. Bir öneri çok barizse, komik değilse ya da "önceden

gördüğümüz" bir şeyse söylenir. "Çok bariz, komik değil, daha önceden de gördüğümüz bir şey" demek yerine "birazcık kör parmağım gözüne gibi" derler. Bütün geceyi ayakta "kör parmağım gözüne olmayayım" diye uğraşarak geçirdiniz. Şimdi bu önerinin ne kadar isabetli olduğunu daha iyi anlıyorsunuz.

LOGLINE VEYA FİLMİN CÜMLESİ: *Logline* filminizin "neymiş"ine cevap veren bir iki cümlelik tarifidir. İçinde bir tür kahramanı (bir karakter türü artı onu tarif eden bir sıfat), karşı karakteri (aynı şekilde) ve kahramanın köklü amacını barındırmalıdır. İronisinin olması ve potansiyelini gösterecek biçimde zihnimizde yeşermesi gerekir. İyi bir *logline*, Hollywood dünyasının para birimidir; kıymetini bilenlerle de döviz gibi işlem görür.

OLTA: Hah, lö *ölta*! Bu, bir filmin sıkıştırılmış halidir. İster afişte ister *logline*'da atılsın, sizi yakalar; sinemaya gitmenizi değil "sürüklenmenizi" sağlar. *Variety*'de okuduğunuzda "Ben niye akıl edemedim?" diye kafanızı duvarlara vurmanıza neden olan şeydir de. Proust'un *madeleine*'i gibi, atılan olta aklınızda türlü ihtimaller yeşertir ve ondan kurtulmak istemezsiniz – adı da buradan gelir. Olta; eğlence vaat eden, hikâyeye filmin potansiyelini görebileceğiniz bir bakış atmanızı sağlayacak, zihninizde yaratılan basit bir imajdır. Güçlü bir olta, attığınız herkeste işe yarar. İster menajer olsun ister yapımcı ister stüdyo yöneticisi ister filme bilet alanlar... Bu yüzden de altın değerindedir. Güçlü bir olta şu soruya cevap verir: "Neymiş?"

ONE-SHEET: Eskilerin "afiş" yerine kullandığı ifade. Bu terimin nereden çıktığı hakkında hiçbir fikrim yok. Sadece baskı boyutuyla ilgisi olduğunu biliyorum. Üstünde filmdeki yıldızların, filmin isminin ve tonunun yer aldığı büyükçe bir kâğıda *one-sheet* denir. İyisi altın değerindedir. Gösterim sonrası piyasaya çıkan DVD'leri de afişler sattırır.

ÖNCEDEN SATILMIŞ FRANCHISE: Bir kitabın, çizgi romanın, çizgi filmin veya eski bir TV dizisinin kendine ait bir fan kitlesi varsa, bunlara önceden satılmış *franchise* denir. Belli sayıda bir in-

san grubunun zaten fikre ikna oldukları, film gösterime girince izlemeye gelecekleri varsayılır. Bu hep böyle olmaz – Yenilmezler'le (*The Avengers*) Muhteşem Kahramanlar'ın (*The League of Extraordinary Gentlemen*) yapımcılarına sorun. Yine de prodüksiyona başlamadan önce filminizden haberdar herhangi bir potansiyel seyirci grubunun olması bir adım önden başlamanızı sağlar. *Siyah Giyen Adamlar*'ı (*Men In Black*) çıkaran çizgi roman gibi orijinal kaynağı pek bilinmeyen *franchise* uyarlamaları bile küçük bir fan kitlesinin dahi diğer seyirciler üstünde etkili olacağı inancından yola çıkar. Ama bağımsız bir senaryo yazarının elinde önceden satılmış bir *franchise*'ın olması pek mümkün değil. Bu sizi kendi *franchise*'larınızı yaratmaktan alıkoymamalı. Olabilecek en büyük *franchise*'ı yaratmanız için cesaretlendiriyorum sizi.

ÖNERMENİN VERDİĞİ SÖZ: Bir filmin önermesinin, "Neymiş?" sorusuna verdiği cevabın tatmin edici olup olmadığı onu ancak bir eylem içinde gördüğümüzde kanıtlanabilir. Filmin afişinde bize eğlenceli ve cazip gelen, ilgimizi çeken şeyin karşılığını sinema salonuna girer girmez bulmalıyız. Eğer film bunu karşılamazsa, seyirci olarak bu filmi kötü tecrübe hanemize yazarız. Kendimizi aldatılmış hissederiz. Önermenin bize verdiği sözü tutup tutmadığını o önermeyi sonuna kadar kullanan, genellikle oyunlar ve eğlence bölümünde (30'la 55. sayfa arasında) yer alan sahneler veya sekanslarda görürüz. Filmin ne anlattığını tamamen anladığımız nokta burasıdır. Filme de onun için bilet aldık.

PASİF KAHRAMAN: Ne ölü balık gibi yatar? Kim sandalyesinden kalkıp kapıyı açmaya üşenir? Kim olacak; pasif kahraman tabii ki. Kahramanın tanımında zaten proaktiflik olduğundan, pasif kahraman pek de iyi bir şey olamaz. Kahraman arar, didinir, imkânsız görüneni ister; kendisine telefon gelsin diye beklemez. Kahramanınız pasifse söyleyin harekete geçsin!

TAHTA: Mantar pano, karatahta ya da ressamların kullandığı defterlerden... Hangisi olursa olsun yeter ki üstünde çalıştığınız senaryoyu dört eşit parçaya bölsün: Birinci Perde, İkinci Perde'nin

ilk yarısı, İkinci Perde'nin ikinci yarısı ve Üçüncü Perde. Tahta; dizin kartları, raptiyeler, renkli kalemler vs. kullanarak aklınıza gelen en iyi fikirleri deneyebileceğiniz, neye benzediklerini görebileceğiniz, sonra da içlerinden ayıklayabileceğiniz bir egzersiz alanıdır. Doğru yaparsanız elinizde bir film edecek 40 sahne olur. Hepsi ofisinizde ya da çalışma odanızda asılı duran Tahta'da düzenli bir şekilde yayılır. Yanı başlarında da kan, ter ve gözyaşı...

TAKİP: Elinizde yazmakta olduğunuz veya Hollywood'a açılmaya hazır çekici bir senaryonuz varsa projenin seyri geliştirme yöneticileri tarafından muhtemelen yakından takip edilecektir. Birbirleriyle senaryolar üzerine konuşabilsinler, satın almak için uğraşmaya değer mi değmez mi diye tartışabilsinler diye stüdyo içi bir Intranet bile kuruyorlar. Konsepte, yazarın geçmişte yaptıklarına ve kulaktan kulağa yayılanlara göre bir senaryo çekici mi değil mi karar verilir. Bazen çekici bir senaryo olsa da yöneticiler kurnazlık edip yanlış bilgiler yayarak birbirlerini alt etmeye çalışırlar. Ama böyle manevralar bir sonraki işlerinde geri tepebilir. Bu mevcut takip sistemi, Hollywood'da *spec* senaryo çılgınlığını bitiren birçok nedenden –çoğu da ekonomik– biri. Senaryolar böyle takip edilince stüdyoların ya da senaryoyu satın alacak olanların para kaybetme ihtimali azalır.

TEKRARLANAN ŞAKALAR: Filmde sonradan açıklanan, Birinci Perde'de gösterilen olay örgüsü noktalarını ve karakter anlarını hatırlatan "hatırlanacak anlar"ın aksine, tekrarlanan şakalar; tekrar eden temalar, karakter huyları ya da film/senaryo boyunca serpiştirilen başka parçalardır. Seyirci olarak bu şakalardan aldığımız zevk tekrarlandıkları her an artar çünkü daha önce de yapıldığını hatırladığımız için kendimizi zeki hissederiz. Böylece hikâyenin bir parçası olduğumuzu daha iyi hissederiz. Bir karakter kahve seven biri olarak kurulduysa, o karakterin restorana her girişinde kahve istemesine bayılırız! Hiçbir anlamı yoktur aslında. Ama o karakteri *tanıdığımızı* düşündüğümüz için güleriz. Tekrarlanan şakalar dramlarda ve komedilerde fark ettiğimiz ve hatırladığımız

espriler olarak kendini gösterir. Dikkat: Şaka, filmde sonradan tersine çevrilmelidir. Karakterimiz artık değişime hazırdır, bir kafeye girer ve... çay ister.

TELİF ÜCRETLERİ: Şanslı senaryo yazarlarının evine postayla üç ayda bir gelen limon yeşili tatlı zarflar. İçinde ne olduğunu da biliyoruz: Para! Senaryonun filme çekilmesi için duyulan arzuyu da açıklıyor bu. Her TV yayını, her VHS veya DVD satışı, yurtdışındaki her gösterim, WGA Telif Birimi tarafından takip edilir. Bu da daha fazla... telif ücreti gelecek demektir! Miktarlar da hiç yabana atılır gibi değil. Ben iki filmlik kariyerimde 100.000 dolardan fazla kazandım. Çekleri gelmeye devam ediyor. Yeteri kadar senaryonuzun filme çekilmesini sağlayabilirseniz hayatınızın sonuna kadar tepenize yağan bonus çeklerle yaşarsınız.

TEMATİK ÖNERME: Film ne anlatıyor? Evet, en aptalca canavar filminin ya da en yetersiz komedi filminin bile "anlattığı bir şey" olmalıdır. Yoksa iyi bir film olamaz. Özünde her film belli bir bakış açısının artıları ve eksileri üstüne yürütülen bir tartışmadır. Tematik önerme, film tarafından öne atılan ve cevabı yine film tarafından verilen bir sorudur. O soru film başında yüksek sesle sorulmalı, açık bir biçimde gösterilmelidir. Çoğunlukla filmde henüz çok ilerlememişken, mesela beşinci sayfasında, bir yan karakter tarafından kahramana bir soru olarak sorulur. Film boyunca öyle ya da böyle cevap verilecek tartışmayı harekete geçirir. Bu soru ve tartışma, filmin tematik önermesidir.

TEZ, ANTİTEZ, SENTEZ (Birinci Perde, İkinci Perde ve Üçüncü Perde olarak da geçer): Tez, antitez ve sentez kahramanın yolculuğunun tematik ilerlemesini tarif eder. Birinci Perde'de kahramanın dünyası kurulur. İkinci Perde'de o dünya tersyüz edilir; kahramanın arkada bıraktığı dünyanın alaşağı edilmiş bir versiyonudur. Ama kahraman, bu yeni gerçeküstü dünyada ustalaşır, böylece o dünyanın önceki halini ve zıddını birleştirip bir sentez oluşturabilecek bilgiye erişir. Bu sentez de Üçüncü Perde'de meydana gelir. Kahramanın yolculuğundan sağ çıkması yeterli değil-

dir, gerçekten iyi bir kahraman olabilmesi için dünyasını dönüştürmelidir.

UNVAN PEŞİNDE KOŞANLAR: Stüdyoya senaryonuzu sattınız. Sözleşmenizde yer aldığı gibi ikinci taslağı yazdıktan sonra kovuldunuz. Film prodüksiyona girince senaryonuzun yeniden yazılmış versiyonunun taslakları size yollanıyor ve siz de birden şok oluyorsunuz. Senaryonuz... değiştirilmiş!!! Çoğunlukla da aptal saptal bir şekilde: Kahramanınız Bob'un adı artık Carl olmuş. Arabası artık Pontiac değil Buick. Tebrikler! Filminizdeki yazarlık titrini almaya çabalayan, böyle ufak tefek değişiklikler sayesinde senaryo kendisinin olacak sanan bir "unvan peşinde koşan" kurbanı olmuşsunuz. Amerikan Yazarlar Birliği'nin (WGA) kimin ne yaptığına karar vermesi için kurulan unvan komiteleri bu yüzden var. *Spec* yazmanın ve senaryonun yaratıcısı olmanın avantajı bu sayede aydınlanıyor. Haklarınız vasat bir unvan peşinde koşandan daha fazla. O senaryonun neden hâlâ sizin senaryonuz olduğunu söylemek sizin işiniz. Söylemelisiniz de! (Hollywood ne şahane bir yer değil mi?)

YAPI: "Konsept"ten sonra iyi bir senaryonun en önemli özelliği yapısıdır. Yapımcı ya da yönetici filmin fikrini alkışlayabilirler, yazımını çok sevebilirler ama sırf yapısı darmadağın olduğu için senaryoyu fırlatıp attıkları da çok olur. Filmin nasıl kurulmuş olduğunu anlayamazlar. Onu anlayamayınca, filmin ne olduğunu da bilemezler. Sağlam yapı, senaryonuzu satmanıza yardımcı olacak birkaç temel öğeden biridir. Ayrıca en kolay öğrenileni de odur. O yüzden öğrenin! Geliştirme toplantılarında birbirimizle iletişim kurabilmek için kullandığımız dilin bir parçası o. Sizin de bu dili akıcı konuşmanız gerekir.

YÜKSEK KONSEPT: Kimse bu hantal terimi nasıl açıklayacağını bilmiyor. Biliyorum. Sordum. Yüksek konseptin nesi "yüksek"? Tarif etmeye çalıştığı şey düşünülünce terim bulanık kalıyor. Ayrıca bu lafın tam olarak nereden ve ne zaman çıktığını da sordum ama kimseden pek bir cevap çıkmadı. Yine de ne anlama gel-

diğini anlıyoruz: *Zor Ölüm* yüksek konsept bir filmdir, *İngiliz Hasta* (*English Patient*) değil. *Güzel Dedektif* yüksek konsept bir film, *Kızgın Güneş* (*Under the Tuscan Sun*) değil. Çoğunlukla Amerikan (yüksek konsept) ve Avrupa (yüksek konsept olmayan) olarak ikiye ayırabilirsiniz. Bu da Amerikan filmleri iş yaparken Avrupa filmlerinin neden yapmadığını (en azından Avrupa dışında) açıklıyor. Yaptığınız ilk işte olabildiğince yüksek konsept bir film yazmanızı tavsiye ediyorum. Eğer tam terminolojiyi ya da "yüksek konsept" teriminin kökenini biliyorsanız bir e-posta yollayın bana... Ben herhalde Avrupa'da olurum o sırada.

+/-: Bu işaret iyi bir sahnenin duygusal değişimine işaret eder. Bunu ilk kez Robert McKee'den duymuştum. McKee, her sahnenin bir duygusal uçtan diğerine doğru böyle büyük bir dönüşüm geçirmesi gerektiğini söyler. Haklı da. Eğer her sahneyi kendi içinde küçük bir film gibi düşünürseniz, bu değişimi gösterebilmek için elinizde bir *öncesi* bir de *sonrası*na dair bir resim olması gerekir. Sahnelerinizin her birinde yaşanacak duygusal değişimin ne olduğuna karar vermek, o sahneyi başarılı bir sahneye dönüştürmenin temel unsurudur. Filmin yapısını çıkarmak için dizin kartları ve mantar pano kullanırken her kartı +/- diye işaretlerim. Her sahnedeki duygusal değişimin ne olduğunu bildiğimden de emin olurum.

>< : Bu işaret bir sahnedeki çatışmayı temsil eder. Sahne başladığında kimin bir amacı var, o amacın önünde kim engel, sonunda kim kazanıyor? Bu sorular; bu işaret kullanılarak, kimin kime karşı olduğunu gösterecek biçimde tek, kısa ve öz bir ifadede özetlenebilir. Karakterlerinizin kim olduğunu ve ne istediğini çözmeden sahneyi yazmaya başlamayın.

Blake Snyder, işe sekiz yaşındayken Emmy ödüllü TV yapımcısı babası Ken Snyder'ın (*Roger Ramjet*, *Big Blue Marble*) aile şirketi için seslendirme yaparak başladı. Yazarlık kariyeri ise Disney'in TV dizisi *Kids Incorporated* için yazdığı 13 senaryoyla başladı. Çok geçmeden sektörel bir dergi, Blake için "Hollywood'un en başarılı bağımsız senaryo yazarlarından" diye yazacaktı. Büyük stüdyolara iki tanesi milyon dolarlık satışlar olmak üzere (biri Steven Spielberg'e) birçok senaryo sattı ve iki senaryosu filme çekildi. *Stop! Or My Mum Will Shoot!*, *Third Grade* ve *Nuclear Family* Universal'a; *Poker Night*, *Drips, Blank Check* ve *Herbie Comes Home* Disney'e; *How I Joined the CIA* ile *Big, Ugly Baby!* Fox Family TV'ye; ve *Alienators* Total Film Group'a satıldı. 13. *spec* senaryosu *Granny*'yi 2004 yılında sattı. Ağustos 2009'da aramızdan ayrılan Blake Snyder'ın kitabı *O Kedi'yi Kurtar* hâlâ senaryo yazarlarının başucu kitabı.

Bir senaryo yazarının, önündeki boş sayfaya uzun uzun bakıp yazdığı hikâyeyi o büyülü perdede gördüğü ana kadar geçen zamanda aşması gereken pek çok engel var. Karakterler, mekânlar, yan hikâyeler, ikna edilmesi gereken yapımcılar, eleştirmenler.

Sinema dünyasında iz bırakmış isimlerden Blake Snyder'ın hepsi için kolay bir çözümü, bir yere not etmeniz gereken formülleri var. İster komedi yazın ister dram; ister gişe filmi üzerinde çalışın ister bir sanat filminin çıkmazlarında kaybolun; Snyder'ın önerileri durup nefes almanızı ve ringde ayağa kalkıp kaldığınız yerden devam etmenizi sağlayacak! Her şeyin sonundaysa o mucizevi kelimeleri yazarken bulacaksınız kendinizi: GÖRÜNTÜ AÇILIR.



ISBN 978-605-192-246-1



hep kitap