

WRITING THE COMEDY BLOCKBUSTER

THE INAPPROPRIATE GOAL

喜剧难写：一位好莱坞编剧的真实告白

陈文静 译 飞思数字创意出版中心 监制



KEITH GIGLIO

[美] 基思·基格里奥 著

喜剧难写：一位好莱坞编剧的真实告白

Writing the Comedy Blockbuster

The Inappropriate Goal

[美] 基思·基格里奥 著

陈文静 译

飞思数字创意出版中心 监制

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书讲解了该如何进行喜剧大片剧本创作的一些技法。全书共分三大部分13章。

第一部分：第1章，如何拼尽老命（或者喜剧大学英雄联盟）；第2章，喜剧点子（亦称：不恰当的重要性，布鲁斯兄弟不是学习的榜样）。第二部分：第3章，喜剧角色（亦称：一个傻蛋的旅程，或我认识那样的人）；第4章，滑稽和温情（亦称：青少年流氓集团/群狼战术）。第三部分：第5章~第12章，介绍了喜剧的8个序列；第13章，对剧本写作进行了总结。

本书适用于写作爱好者、编剧、剧本写作入门读者，以及相关专业师生参考阅读。

WRITING THE COMEDY BLOCKBUSTER: THE INAPPROPRIATE GOAL by KEITH GIGLIO

Copyright © 2012 BY KEITH GIGLIO

This edition arranged with MICHAEL WIESE PRODUCTIONS through BIG APPLE AGENCY, INC., LABUAN, MALAYSIA.

Simplified Chinese edition copyright: 2013 PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

All rights reserved

本书简体中文版专有出版权由MICHAEL WIESE PRODUCTIONS授予电子工业出版社，未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权贸易合同登记号：图字：01-2012-7425

图书在版编目(CIP)数据

喜剧编写：一位好莱坞编剧的真实告白 / (美) 基格里奥 (Giglio, K.) 著；陈文静译. -- 北京：电子工业出版社，2013.1

书名原文：Writing the Comedy Blockbuster: The Inappropriate Goal

ISBN 978-7-121-18944-9

I. ①喜… II. ①基… ②陈… III. ①电影编剧 IV. ①J904

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第271147号

责任编辑：侯琦婧

文字编辑：江 琴

特约编辑：赵树刚

印 刷：北京中新伟业印刷有限公司

装 订：北京中新伟业印刷有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱

邮 编：100036

开 本：880×1230 1/32

印 张：8.125 字 数：234千字

印 次：2013年1月第1次印刷

定 价：45.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。



致 谢

感谢布莱克曼，远在斯塔恩岛的戴夫多年来带给我的笑声和愉悦；还有安迪，给我展示了黄砖路并指明了方向。

感谢加州大学洛杉矶分校的琳达·维尼丝博士和其他所有人（过去和现在），给我这样的机会去筹备完成本书。

感谢我的家人（妈妈、爸爸、艾伦阿姨，我的兄弟姐妹们，亲戚及其他所有人）忍受了我的痴愚。

另外特别感谢我的基思女孩们——女儿们，即塞布丽娜和艾娃坦率地告诉我哪些是好笑话，哪些是糟糕的笑话。还要谢谢她们有很好的幽默感，这可是一种1/4先天决定在血统中的非常神奇的技艺。在此谢言中提到你们，我非常期望得到你们两个的“感谢”卡。

感谢朱丽叶特和我一起大笑，让我大笑，甚至当你因我所做的蠢事、说的蠢话和愚蠢的想法而对我大声斥责时仍然使我微笑。我这样的傻瓜能够娶到你我非常开心。

简介

安迪·布莱克曼是一位电视人、电影编剧、广播人。他是美国电视网获艾美电视系列剧大奖的电视剧《神探阿蒙》（Monk）的联合编剧和执行制片人，还是WFMU广播的长寿概念喜剧节目“延迟七秒”的主持人之一。他为包括《鬼头大兵》、《亡命夺宝》在内的许多受欢迎电影写过剧本，并作为“剧本医生”经常被邀请去给其他编剧的剧本添加幽默元素。他还曾经在《周六夜现场》、《大卫·莱特曼深夜秀》工作过。

让我给你讲讲我在好莱坞的第一天。

我曾飞去洛杉矶投掷一些电影点子，曾在纽约的一些电视节目中工作，但这却是我第一次尝试向主流电影公司销售。我到达环球影业的大门口，警卫递给我通行证，让我通行。我的电影极客之心狂跳不止。我从小开始就看电影、琢磨电影，一直梦想着能够制作电影。

写作电影。

这曾是我的梦想。



一辆卡车出现在我的面前。它停住了。一些工人开始往上面装载电影剧本。他们一定是搬空了某个仓库之类的。有数千个、数万个剧本堆满纸板箱。我可以看见它们的标题——以明亮的魔法标记——手写在包装上。我猜测其中有些是已经出品的电影。但大多数剧本从未被制作，并永远不会被触及。一卡车破碎的梦。

我的心沉没了。我感受到卑微和威胁。在某个惊恐的时刻，我突然意识到了我所面临的困境。每一个剧本都出自专业的编剧之手，不是吗？我怎么能与他们竞争呢？我干嘛还要尝试呢？

我把车停在路边，我在发抖，我想要回家。

既然你正在读我的文字，我就假设你也有同样的梦想。我肯定：你很快将被检验。你将会觉得整个小镇、整个行业密谋着用一种古怪的奥利弗斯通的方式，去刺伤你的处女之心。去打击你，送你回家。你会感觉像格拉迪斯·奈特&种子合唱团的歌曲“开往格鲁吉亚的午夜火车”。我每次听到这儿都会哭。“洛杉矶向这个男人证明了太多……”

以下是我的建议：千万别上那趟午夜火车。如果格拉迪斯·奈特大叫，等一等！避开种子合唱团。坚持不懈。全副武装。驾驶豪华轿车。上即兴表演课。在你室友可怕的独立电影片场免费工作。

不要放弃。睁大你的眼睛，准备好迎接你的幸运吧。

并且磨练你的手艺吧，这也是本书的价值所在。

正如基格里奥教授（不好意思，称他“教授”实在有点怪，因为我们从小就相识）所说：

正如基格里奥先生（这听起来也不对）所说：

正如基格里奥所说：这本书并不能替你写剧本。只有你自己才能创作

鬼火灵光。把这篇文章当做说明书——被你带进装着500块宜家电脑桌部件的纸板箱里。它会帮你组装、安排并雕琢你的剧本段子。首先做什么……基本框架……寻找主题……段子顺序……塑造喜剧角色……制造矛盾！

保证所有的部分恰当并协调合作。

我非常幸运，我不能停止。我生来没有任何营销技巧。我接受命运，并教会了自己——通过试炼和苦痛的错误——怎样去讲述并销售一个故事。我希望在那个时候我能有一本这么优秀的书，它能够为我节省时间并省去心痛。我甚至有些怨恨基思怎么不在25年前写出这本书。

下面是我的寄语：你用在这些书页中学到的知识写一个幽默、成功的电影，然后再写一个，然后组建一个电影制片厂提供经费的作品公司去审看别的作家的作品和项目，然后回忆起这篇导言是多么有用与幽默，最后雇佣我。

安迪·布莱克曼



绪 言

或者说蒂娜·菲是如何打败布鲁斯·威利斯的

喜剧并不只是电影业娱乐的配料，它还能够成为支柱产业。对于一个准备闯入这个疯狂行业的作家来说，喜剧无疑是捷径。这条路荆棘遍布，但依然是最快的路。

让我们构想另一个洛杉矶的晴天。男演员们都在工作，女演员们在沙滩上慢跑，导演们则在开会。

编剧们在等待。

还在担忧。

这就是他们的工作。有时甚至不只是写作，因为他们的剧本正在网络上疯传，叫喊着“看我啊，看我啊！”

一名制片人——姑且叫他人字拖先生——正坐在他的办公桌前，享受着温度恰到好处的拿铁。他刚去了健身房，正打开他的电脑查看经纪人、经

理人或开发组传给他的剧本邮件。

他打开PDF文件。这是部优秀的大型原创科幻电影，是部史诗，令人惊艳。呜哇！他想，他喜欢这个剧本，但这个项目将花费工作室两亿美元，并且剧本还不是根据任何喜剧书或电视节目来创作的。没有任何预警，不是跨媒体。工作室绝对不会买这个剧本。

所以他吃了些海藻。（是的，海藻是他们这几天吃的东西。）

制片人阅读下面的剧本，让我们称它为了不起的城市犯罪片。它有料、性感。制片人想，真是不错啊！如果我们邀请到马蒂·利奥·罗素·丹泽尔参演的话，这部电影可能会成功。但是这些家伙下一年的档期已经定完了。“我需要钱！”他想（制片人需要现在能够制作的电影。按揭的期尾付款是预定好的。他的孩子们在私立学校读书）。

现在，拿铁凉了。海藻让他胃疼。他的前妻给他发短信，提醒他可以变成一个怎样的混蛋。他准备放弃了，真见鬼，人字拖先生今天已经读得够多了，这使他头疼。

但是下一个剧本更短，只有100页。页面上还有很多空白。这是对话驱动。题目让他发笑。让我们姑且称这个剧本为“幽默是金”。人字拖先生打开第一页……然后开始笑了。他并不想笑，同一早晨读第三个剧本时他的心情并不佳，但是他笑了。

他不停地翻页。

又笑了。剧本很有趣。故事发生在一个小镇，一个地点。现在，他已经抑制不了笑容了。他想，如果我笑了，别人一定也会笑的。

制片人随即戴上制片人的帽子，想到“我能让它便宜”。

人字拖先生意识到这个喜剧剧本是高概念低预算的。不用花大价钱去请大明星，他能发掘下一个大明星。他请不起斯蒂夫·卡瑞尔，但却请



得起下一个斯蒂夫·卡瑞尔。电视业对喜剧明星来说就像是小职业球队联盟。以前是，以后也会是。

突然间剧本焕发了生机。

他叫来经纪人并说：“我喜欢它。”

经纪人叫来其他有这个剧本的制片人，经济人对他说：告诉他们人字拖先生很感兴趣。突然，无糖汽水小姐阅读了剧本并想带回她的工作室。马尾辫先生也来了，这个剧本诱发了广泛关注。每个人都想读一读《幽默是金》。

编剧在家，踱步，查看邮件，查看电话。

电话响了，是他的经纪人，经济人对他说：“大家很喜欢这个剧本，我们现在去工作室。”

编剧现在无法入眠，竞标大战正式开始。各个工作室都争相竞标。他们想和编剧面谈，因为……。

编剧卖了剧本。

他给妈妈打电话说道：“还记得我在学校里讲的那些笑话吗？它们刚才为我赚了50万美元。

啊啊，我爱死这个小镇！

今天好莱坞的天气（我说的“好莱坞”，是指身处任何洛杉矶及相邻地域的所有寻求制作主流电影的人）——这里企业经营式工作室们都盯着如《蜘蛛人》（Spiderman）、《哈利波特》（Harry Potter）这样的帐篷柱式的经销权、良好的预警和跨媒体品牌属性。所以想要销售原创元素很困难，但是出售原创喜剧相对要简单些。

为什么呢？

嗯，原因之一是：他们想要节省制作费；300~500万美元，而不

是1500万美元或更多。《约会之夜》（Date Night）的预算被预计为550万美元，虽不是部低预算的电影，但相较于800万美元的《代孕》（The Surrogates）却便宜了不少。《代孕》在美国获得了380万美元票房收益，而《约会之夜》却获得了980万美元的美国票房收益。

蒂娜·菲在票房上彻底打败了布鲁斯·威利斯。

绝了！

除预算问题以外，作为作家，你也不应该太关注预算问题。简单的现实是如果你写出了有趣的东西，人们就会笑的。

笑声的确是你苦痛的人生中最好的药剂。

我假设你拿起这本书是因为你喜欢生活中有一定数量的“碎”，或者你看过如《宿醉》（Hangover）、《我为玛丽狂》（There's Something about Mary）、《约会之夜》（Date Night），并暗想我也可以写出这样的作品。

让我们行动起来吧。因为这世界上没有足够的笑声。

这本书总结了我多年为工作室和电视台写作喜剧的经验，来自于实现好莱坞梦的旅程，得益于经历好莱坞梦魇的劫后重生。我被雇佣过也被辞退过，在长凳上和教室中打发过时间。在三尺讲台上，我发现某些涉及喜剧的问题总是时不时地冒出来。

“伟大的喜剧剧本是怎样炼成的？”

这本书就是答案，它凝结着长久的阅读、写作和观察的心得。

并且还得益于我一年间的软弱。

不，我不是在说什么个人雄起的问题，我是在说在好莱坞一个作家可能得到的最坏的标签。

软弱。



如果你是一个喜剧作家并且软弱，这无异于死亡之吻。当我和妻子闯入这个行业时，我们用尽了所有编剧用过的手段。我们到处跟人睡觉。不，骗你的。我们不是演员，是编剧。所以，我们不停地写啊写……

事实上，第一个我们一起写的喜剧就给我们带来了经纪人。第二个喜剧我们卖掉了。第三个剧本在整个小镇中被疯传，工作室主管们开始向我们的经纪人伸出橄榄枝，他们示弱了。

他们不写非主流。

他们写不来硬笑话。

他们太可爱了。

写喜剧大片时，你希望人们笑到从椅子上跌下来，而不是在椅子上睡着。你谋划的是“哈”，而不是“啊”。“啊”意味着甜美、可爱。

我们便甜美而可爱，但却没有工作。

所以我们着手去写作一个貌似会卖的R级喜剧片（没卖出去），并找到了工作（千真万确，很多工作）。

在我们的银行存款渐少，斗志渐消时，我们写了一个叫《啤酒大英雄》（Beer Boy）的喜剧。故事讲的是一个酿酒师，一个“啤酒希金斯”，被甩在祭坛上并失去了他品尝啤酒的能力。当他得知他的前未婚妻将要结婚时，他决定去毁掉她的婚礼，如同她毁掉他的人生一样。最终，他认识到复仇是愚蠢的，并找回了他的味觉。

它是个反传统的喜剧。

大胆、有趣……我们的经纪人讨厌它。

讨厌它！

他不愿把剧本送出去。

“这个剧本对你有害无益。”他在晚餐时对我们说。这让我想起《甜

心先生》（Jerry Maguire）中的一个场景，杰里在一个公共场合被告知被解雇，因此他无法发疯。

我们花费了数月写的剧本，又能如何呢？

我们的经理人喜欢这个剧本，所以他将其转手给了其他若干机构，相当大的机构。

他们阅读了剧本。我们被邀请次日去跟他们签约。在朱丽叶特问过我们的经纪人：“如果剧本传出去了，但卖不出去会怎么样？”之后，我们带着“缺血性心脏病”赴约去了。

经纪人答道：“我会让你下课。”

剧本被传阅，和啤酒一起。是的，我们连同啤酒一起把它送出去了。

大家都喜欢它，但是并不畅销。

我们预想到了，但我们的事业却变得有趣了。电话开始响不停，人们觉得我们可以创作喜剧人物和笑话了。

自此后我们再也不软弱了，我们有一个足以让我们雄起超过4小时的剧本。

而且我们还得到了工作，很多工作。

我知道了即使你写了个不卖座的剧本，你本身依然可以很畅销。我们尽力写出最好的剧本，然后听从天意。我深深相信在好莱坞金子总会发光的，一个好的剧本是不会被埋葬的。

它们屈指可数。

我将引导大家了解从喜剧大片的本体，到写作喜剧大片的方法。我们一步步来，从构建故事线，到人物，到主题，再到章节，共同组成你的故事。

最难的部分是如何去分解这个故事，或者说想清楚怎样着手。



故事片剧本写作是一场马拉松，而不是短跑。赢得比赛的关键是训练和准备。如果你曾经有过进入创造过程的经历——手指在键盘上飞扬，页码在暴走，对结局的幻想——但在30或40页前逐渐消失殆尽；又或者你是剧作新手，那么这本书就是为你创作的。它告诉你如何规划你的喜剧以便能够在几页之外看出情节上的漏洞。

同时，用你的激情和个人审美来完善你的喜剧。当你读完这本书并开始勾勒故事轮廓时，你将下笔如有神。

在明确剧本的前景之前不要开始写作。我们首先规划故事、角色、情节及收益。

它并不简单，剧本从来也没简单过。如果你想轻松挣钱，那么整天盯着一张白纸就不适合你。

我想这本书能让你写作的生活简单些，还能让你的剧本更风趣。

目 录

致 谢	XII
简 介	XIII
绪 言	XVI

第一部分 怎样利用这本书

第1章 如何拼尽老命

或者喜剧大学英雄联盟	7
喜剧电影的犯罪史	10
是的，是什么样的喜剧类型呢	23
练习：乞讨、偷窃或者借用	35



第2章 喜剧点子

亦称：不恰当的重要性。布鲁斯兄弟不是学习的榜样。·····	37
不恰当的目标 ·····	38
喜剧情节概要，又称剧本推介 ·····	41
耳熟能详 ·····	47
练习：20个耳熟能详的点子 ·····	49
电梯游说填充题 ·····	51
练习：海报 ·····	53

第二部分 情节VS角色：谁是冠军？

第3章 喜剧角色

亦称：一个傻蛋的旅程，或我认识那样的人·····	57
角色的重要性 ·····	57
一个傻蛋的旅程 ·····	58
慎重对待你的荒谬 ·····	59
人物变化 ·····	62
电影剧本创作的摇滚学校 ·····	64
情节VS角色 ·····	67
建构喜剧人物 ·····	67
练习：喜剧人物工作表 ·····	69
我真正想实现的愿望 ·····	77
喜剧视角 ·····	81
不恰当的行为 ·····	81
不合时宜的对话 ·····	83

对立统一	83
划一条下沉的船	85
有趣的人	85
练习：性格设计	92
 第4章 滑稽和温情	
亦称，青少年流氓集团/群狼战术	95
“经典”且仍然流行的三幕式结构	97
练习：质问每件事	99
喜剧序列方法	100
场景学习	102
让场景在事件中运行	109
练习：有趣的场景	110
喜剧场景中的秘密元素	110

第三部分 喜剧地图——八个喜剧序列

第5章 喜剧序列（A）

喜剧世界 亦称，良好的开端是成功的一半	119
建立喜剧世界	120
练习：喜剧健美操	123
你故事的风格是什么	123
故事前传	125
用一个钓钩打头炮——第一印象	126
典型行动	132