



广播电视编导与播音主持艺术

精品教材译丛

影视短片制作与编导

(第4版)

Producing and Directing
the Short Film and Video (Fourth Edition)

[美] 彼得·W. 雷
大卫·K. 欧文
陈强

著

译



清华大学出版社

广播电视编导与播音主持艺术

精品教材译丛

影视短片制作与编导

(第4版)

Producing and Directing
the Short Film and Video (Fourth Edition)

[美] 彼得·W. 雷 | 著
大卫·K. 欧文 | 著
陈强 | 译

清华大学出版社

北 京

Peter W. Rea and David K. Irving
Producing and Directing the Short Film and Video, Fourth Edition
EISBN: 978-0-240-81174-1
Copyright © 2010 ELSEVIER Inc. All rights reserved.

Tsinghua University Press is authorized to publish and distribute exclusively the Chinese (Simplified Characters) language edition. This edition is authorized for sale throughout Mainland of China. No part of the publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体翻译版授权由清华大学出版社独家出版并限在中国大陆地区销售。未经出版者书面许可，不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

北京市版权局著作合同登记号 图字：01-2011-7647

Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover are unauthorized and illegal.

本书封底贴有Taylor & Francis公司防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究，举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

影视短片制作与编导(第4版)/(美)雷(Rea, P.W.), (美)欧文(Irving, D.K.) 著; 陈强 译. —北京: 清华大学出版社, 2013.1

(广播电视编导与播音主持艺术精品教材译丛)

书名原文: Producing and Directing the Short Film and Video, Fourth Edition

ISBN 978-7-302-30448-7

I. ①影… II. ①欧… ②雷… ③陈… III. ①电影制作 ②电视节目制作 ③电影导演 ④电视—导演学
IV. ①J93 ②G222.3 ③J911

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 250309 号

责任编辑: 陈 莉 高 岫

封面设计: 周晓亮

版式设计: 妙思品位工作室

责任校对: 邱晓玉

责任印制: 沈 露

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者: 北京密云胶印厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×260mm 印 张: 22.5 字 数: 590 千字

版 次: 2013 年 1 月第 1 版 印 次: 2013 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 1~4000

定 价: 48.00 元

编委会

主 任：胡智锋 中国传媒大学

主 编：支庭荣 暨南大学

编 委 (按姓氏音序排列):

蔡尚伟 四川大学

李 幸 华南理工大学

孟 建 复旦大学

石长顺 华中科技大学

谭 天 暨南大学

俞 虹 北京大学

钟 新 中国人民大学

丛书总序

“媒介是人体的延伸”，著名思想家马歇尔·麦克卢汉这一句名言，简洁而又深刻地阐释了大众传媒对于个人、群体和社会而言，有着怎样的巨大意义。无远弗届的传媒，其影响是如此源远流长而又绵绵不绝，以至于无论怎样夸张似乎都不为过。诸如信息社会、媒介化社会、数字地球等涉及宏大叙事的新鲜语汇，将传播媒介、传播技术与我们这个时代各种最令人惊异的景观，直观而形象地联系在了一起。

另一方面，传媒也是社会的产物。换句话说，传媒不仅有它的技术面目，而且还受到使用者的文化习惯和心理预期的影响。大众媒体从它诞生的那一刻起，就展示了许许多多的可能性，并经历了无数的尝试、再尝试和不断的变迁。多少有点像哈利·波特系列故事中的神奇生物“博格特”，它将成为视听用户心中最害怕出现的东西，当然，它也会成为人们心中最希望出现的东西。难道不是吗？我们不愿意看到的灾难事故、环境恶化、暴力冲突或战争，各种人们恐惧厌恶的东西，每每出现在电视荧屏上；我们爱听的新歌、爱看的电影大片、欲罢不能的英美日韩剧、搞笑的视频和脱口秀也常常能够轻松地在互联网站的首页或某个角落里找到。这些因素，使得大众传媒就像阳光和空气，玩伴和闺蜜一样，成为人们日常生活不可或缺的一部分。

换一个视角，即从广播电视研究者、从业者和内容服务提供商的角度看，上述的景象就变成了：首先，传媒具有新闻性，使得它追求真实和快速反应，虽然有时也需要理性的思考和严密的推理，有时也会有各种琐碎精细的信息服务；其次，传媒也具有娱乐性，它要给使用者、观看者带来兴奋、愉悦、刺激等各种精神满足。事实上，所有的传媒都可以看成是信息和娱乐按某种配方而成的混合物。有的媒体，比如电视；有的媒体产品样式，比如电视娱乐节目，可能娱乐的成分多一点，有时甚至可以看做是演艺或表演的代名词，但是综合来看，广播电视还是兼有新闻性和娱乐性的。因此，我们看到很多的新闻是以讲故事的方式呈现的，讲故事就带有娱乐色彩，把故事讲好不但是个体活，还是个技术活，是一门内涵丰富的学问。

从执业广播电视的历史长短来看,西方发达国家具有某种起点领先的优势,这是不可否认的。与此同时,比如说美国的广播电视业,它虽然也很重视公共利益的原则,有很多规范和底线,但是,它更多地采用了商业运营体制,要求媒体必须在商业上是成功的、受人欢迎的,这使得它在近百年的发展历程中,又积累了很多市场操作上的不二法门,就像好莱坞的各种套路和程式一样,以便尽可能地迎合和满足受众的需求。梳理这些经验的工作理论,对于拿来主义者来说,就是一个有着丰富资源的宝藏。商业化当然也有很多弊端,甚至会陷入悖谬的困境,拿来主义者的任务自然是要注意“弃其糟粕”,“取精用宏”。

西方广播电视业中一个引人注目的现象,是新闻和娱乐节目主持人的明星制。圈内的大牌明星们,比如为中国人所熟知的传奇人物迈克·华莱士、奥普拉·温弗瑞等人,业务精湛,身手不凡,同时又身价不菲,从而成为镇台之宝。他们在巅峰时期的影响力,与体育界、文艺界的天王天后们相比,不遑多让。扛鼎数十年不衰的品牌栏目,动辄数千万乃至上亿的拥趸,令他们的职业生涯,光芒万丈,蜚声朝野。因此,传媒行业是一个聚光灯下的行业,也被称为“朝阳行业”,虽然道路也许不乏酸甜苦辣,需要披星戴月,披荆斩棘,而且胜者为王,赢家通吃,突围不易,但是仍有数不清的机会百炼成钢,出类拔萃。

随着旧媒体的背景渐行渐远,以及新媒体的发展一日千里,西方广播电视业同样见证了什么叫潮起潮落,什么叫世代罔替。不仅从业人员是这样,后浪推前浪,媒体本身也如此,绚烂和平淡之间的转换,可能只是俯仰之间的事。以电视业为例,从黑白到彩色,从无线到有线,从卫星电视到互联网电视,从台到网到跨界集团,风云变幻何其迅猛!俗话说,万物皆流。如果说有什么是恒常不变的,那就是基本的法则。比如爱因斯坦说过的成功法则,百分之九十九的汗水加百分之一的灵感。

从20世纪70年代后期开始,中国的广播电视业,终于把握住了时代的机遇,走上市场化运营和文化体制改革的道路,对于市场规律和专业操作方面的理论、知识和技能要领的寻求,变得格外重要和迫切起来。来自欧美一线的各类教材和参考读物,因此而成为他山之玉,被源源不断地引入,琢玉成器。

世界的洪流总是滚滚向前,辛勤的努力总有恰当的回报。而从前人和他人的经验中坚持不懈地学习,就是一种十分经济的发展、张扬自我,适应、改造世界的途径。有鉴于此,我们与清华大学出版社合作,经过两年的共同努力,组织翻译了这一套“广播电视编导与播音主持艺术精品教材译丛”,以飨读者。

期望我们这一次精心的付出,能为有志于在广播电视、戏剧影视和音视频制作领域施展拳脚的高校学生、研究者和从业人员,献上一份珠圆玉润的营养品。

支庭荣

2012年3月

自本书第3版面世以来，为初学者提供影片制作指导的书籍与日俱增。高清技术不可阻挡地进入到影视制作、发行和播映领域。摄像机也日益数字化、电脑化。专业后期制作软件如今在笔记本电脑上就可以运行。与此相适应的，现在任何一个人人都可以凭借一台数码摄像机和一台笔记本电脑制作出具有专业水准的影视作品。

同样值得一提的是，像 YouTube、MySpace、FaceBook 和 Twitter 等社交网络已经改变了传播版图。宽带开始引领我们进入“媒介融合”时代。

然而，尽管数字技术已经改变了影视制作与发行形态，“胶片”作为影片的专业格式仍然具有强大的生命力。

以上变化对本书内容而言影响并不大。用视觉方式讲述故事仍然是将一个画面接一个画面地组接起来，无论它是故事片、纪录片、动画片，还是先锋实验片。人们拍摄、剪辑或者放映影片的基本步骤同一百多年前电影诞生之时并没有多大区别。技术进步有助于提高影片的制作进程，但是它并不能减少任何环节。制片人和导演的职责是用脑和心去制作影片，而不是视技术为杂耍。换言之，无论技术如何，艺术创作源泉都出自于心灵。

尽管多媒体时代是一个“争夺眼球”的时代，我们仍要牢记“内容为王”才是根本。近年来各种电影节如雨后春笋般兴起，想要让你的影片从每天数以千计的作品中脱颖而出，重要的一条就是要有故事可讲，并且能用一种不过时的方法把它讲好。

为了满足您的需求，本版增加了两部新的短片，一部是16毫米胶片拍摄，另一部是35毫米胶片拍摄。为了与本书配套，我们还专门设计制作了一个网站来介绍前期准备、拍摄、制

作和发行等各个环节，并补充了几个案例研究。我们希望它能够为你的短片制作提供有力帮助。

我们的网址是www.focalpress.com/companions，它也包含了几部短片的链接、书中所有表格的链接以及对初学者而言特别重要的一些信息。自本书首次出版以来，每一个版本我们都会随着新技术的出现而有所更新。非常幸运的是，在此过程中我们还得到了许多读者的批评和建议，对此我们非常乐意接受并表示衷心感谢。

边做边学

本书是专为初学者而著。对初学者而言，最好的学习方法就是实际操作、亲自做片。书和学习手册只是起一个指导性作用。你也可以从其他影片中获取灵感。当然，和朋友讨论或批评影片也能起到启迪思想的作用。但是，失败和成功才是两个最好的老师。要想训练你的能力，必须亲身体验组建剧组、完善故事、掌握视觉叙事的技巧和原则等所有环节才行。

媒体的力量

在过去的20年里，媒体得到了迅猛发展，它们的影响力也与日俱增。以2010年为例，影视产品已经成为美国主要的出口商品。

与媒体扩张相伴随的是它们所反映出来的问题。我们的社会正面临着诸多问题，从人口过剩到种族歧视，从地球资源的枯竭到人力资源的管理。影视作品在有关这些问题的对话中能够发出强有力的声音。我们希望你用你的聪明才智来表达你对世界的看法和思考。

第1版

在本书写作过程中我们得到了众多人士的帮助，在此深表感谢。特别要感谢纽约大学提奇艺术学院影视系的教师、学生和职员们，他们是：Arnold Baskin, John Canemaker, Pat Cooper, Carlos DeJesus, Tom Drysdale, Carol Dysinger, Dan Gaydos, Fritz Gerald, Chat Gunter, Ron Kalish, Julia Keydel, Marketa Kimbrall, Dan Kleinman, Lou La Volpe, Rosanne Limoncelli, Ian Maitland, Barbara Malmel, Rick McKinney, Lynne McVeigh, Lamar Sanders, Julie Sloane, George Stoney, Nick Tanis, Darryl Wilson, Brane Zivkovic, Steven Sliis。纽约大学的Richard Schechner教授是本书稿的第一位读者。

我们同样感谢Mitchell Block、John Butman、Steve Hanks，以及Rudolf & Beer法律事务所的Doug Underdahl和Nancy Walzog；特别感谢Carol Chambers对我们整个写作过程的不懈支持以及Steve West为本书所做的编辑工作。

我们还要感谢Ken Bowser, Hamilton Fish, David Gurfinkel, Tova Neeman, Priscilla Pointer, Robert Wise的鼓励。

感谢Focal Press 为本书出版所做的努力。Mary Ellen Oliver、Marilyn Rash和Judith Riotto 为本书做了仔细的校对工作。

第2版

特别感谢以下人员，他们是：Mitchell Block, John Butman, John Canemaker, Michael Carmine, Gary Donatelli, Fritz Gerald, Fred Ginzberg, Chat Gunther, Milly Itzack, Suzie Korda, Dow

McKeever, Stevin Michals, Marsha Moore, Mo Ogradnik, Sam Pollard, Paul Thompson, Mike Thornburgh, Mika Salmi, Simon Lund, Lamar Sander。

同样要特别感谢Terri Jadick的耐心支持和Maura Kelly的娴熟编辑。

第3版

特别感谢以下人员，他们是：Norman Bebell, Mitchell Block, John Canemaker, Michael Carmine, Michelle Coe, Fritz Gerald, Joe Hobeck, Marsha Moore McKeever, Debra Zimmerman, Lou LaVolpe。我们还要感谢Etgar Keret 先生允许我们使用他的小故事。本书中第四部短片的增加还要归功于影片制作者泰提亚·罗森塔尔女士以及萨万娜艺术学院院长Peter Weishar先生。

第4版

特别感谢以下人员，他们是：Geoffrey Erb, Marsha Moore McKeever, Dow McKeever, Jeff Stollow, Stevin Michels, Steve Elliot, Scott Bankert, Alex Raspa, Jessalyn Haefele, Gavin Keese, Camilla Toniolo 和 Amos Katz。

特别感谢Howard Beaver和John Nymarky对本书的贡献。

特别感谢Kevin Cooper、Kim Nelson以及Gary Goldsmith的编辑建议。

最后特别感谢Jane Dashevsky 的耐心、Melinda Rankin 的技巧和Elinor Actipis 的不懈支持。

为什么要制作短片？坐在黑暗的影院看到观众为你的影片所感动当然是最好的理由。以这种方式与观众进行交流，并直接影响他们的思想情感，你会由衷地获得一种满足感和艺术成就感。

大多数短片都给影片制作者提供了一个良好的自我表达的机会。他们可以在短片制作过程中展示优异的才能和娴熟的技巧。如果想进一步从事影视职业，短片也是一个很好的练习以及进阶的机会。但是最为关键的是，通过亲手制作一部短片，你可以了解影片制作的全过程。

如果做得不错的话，短片还可以传播到其他国家，或者在各种国际电影节上放映，这对你今后的职业道路是很有帮助的。

以传统观点来看，短片市场非常有限。很少有短片能收回投资，更别提赚钱了。正是这个原因，短片创作更多的是出于热爱而非盈利。

然而，近些年来短片发行和播映的机会在持续增加。一方面传统的发行渠道还存在，另一方面新的展映平台在不断涌现，这使初学者可以从中回收成本，甚至能略有盈余。从iTunes到iPods，再到网络剧，短片在21世纪的新技术变革中找到了一席之地。

网络

网络的一大优势是可以以全媒体形式传输各种讯息，这也使得影片制作者有了更大的成长空间。当你有了一个短片创意，网络可以被用来做宣传、筹集资金、招募演职人员以及交流传播等。可以说，网络是一件无所不能的利器，它可以竭尽所能地帮助你。

技术与艺术

有人认为，电影是20世纪最伟大的艺术形式，因为它综合了文学、美术、戏剧、摄影、舞蹈和音乐等元素，并形成了自己独特的艺术形式。但是从初学者的角度考虑，本书并不是特别强调影片创作的艺术性，相反，我们更多的是偏重于讲故事的技巧。我们认为要讲好一个故事并不容易，要在短片中讲好一个故事则更难。

我们对影片制作是一门艺术的说法很不以为然。奥逊·威尔斯在制作《公民凯恩》时可能并不认为他是在从事艺术创作，相反，他殚精竭虑的是如何从独特的脚本中拍出一部好看的电影。没想到这部精心“制作”出来的影片在后来被认为是最优秀的长片，进而被赞誉为“艺术”。其实“艺术”的标签更多的是与组织的好评有关，而与影片制作者关系不大。我们的建议是，尽你所能地拍出最好的短故事，而把评判它是不是“艺术”的工作交由观众来完成。

另外，我们不能因为《公民凯恩》的成功而把所有的功劳都记在奥逊·威尔斯头上。影片制作是集体性行为，凝结了所有演职人员的聪明才智与辛勤汗水。任何环节出了问题都会影响影片的效果。威尔斯也曾说过，“做电影就像是带领一支军队去画画。”

综上所述，要制作一部成功的短片需要全体人员的积极参与。如果没有热情，影片无法走得更远，也很难打动观众。

影片制作步骤

你打算如何制作一部成功的短片？画面拍

摄是一项既复杂又有难度的工作,它需要有丰富的经验。脚本、工作人员、预算、演员、灯光照明等都会不可避免地出现大量问题。而且每部影片要解决的问题也不尽相同。比如,有的影片在为拍摄场地而头痛,有的影片却在发愁找不到后续的资金。不管怎样,在进入正式拍摄之前,你必须精通技术、善于管理、有广泛的社交能力以及具备强烈的职业责任心。

影片制作,无论是一部90分钟的长片,还是5分钟的短片,可能要经历一年甚至数年的反复历练才行。在此过程中你将发现它是一个线性的过程,有着既定的步骤:

- **形成脚本。**在启动前期准备工作之前就要打好脚本。
- **前期准备。**影片制作必须要有高效的组织和精心的准备。
- **拍摄制作。**任务是获取剪辑所需的素材。
- **后期制作。**任务是对拍摄到的素材进行剪辑。
- **发行展映。**一部没有观众的影片只能算是一份作业。

以上步骤仅仅是短片制作的一个粗线条描述。它并没有解释每一个步骤的意义以及操作方法。实际上,把一个创意转化为一部影片需要经过数以千计的工序,并且要经历很长的一段时间。同时,任何成功的影片制作既要善于讲故事,又要精于管理。缺少任何一个环节都不行。

本书框架

本书框架是按照短片制作的一般逻辑来组织的。每一个步骤都配备了生动翔实的案例。我们的目的是让初学者对组织和拍摄一部短片需要什么有一个基础性的了解。要牢记的是,世界上没有完全相同的影片,影片制作也没有严格的规则。本书只是指导性的而非一成不变的公式。

此外,我们把每章内容都分为两个部分,一部分是“制片”,即影片的制作管理;一部分是“导演”,即如何讲述故事。这样做的目的是让新手详细了解制片人与导演的工作职

责,同时也是对这两个角色的充分尊重。

制片人和导演

遗憾的是,学生和初学者会发现短片制作过程中他往往既要当制片人又当导演。而且要同时处理两种性质完全不同的任务将给新手带来不应该和不必要的压力。出现这种状况有很多原因,最主要的是,在大多数情况下是导演从资金上支持短片制作,他要么找不到人愿意做制片人,要么不放心让别人来管理他的钱。同时身兼两职的结果可能是哪边都照顾不周。因此,我们不鼓励这样做。

制片人

在影片制作过程中最容易被误解,同时也是最神秘的角色就是制片人了。我们被问过几百次“制片人是干什么的”的问题。的确,对于外行来说,制片人这一角色无疑很神秘。在影视工业中,制片人的职责是隐形的以及经常变化的。除此之外,在不同类型影片中经常有4~8种名称被冠以“制片”的头衔:

- 制作执行主管
- 执行制片人
- 制片人
- 联合制片人
- 制作总监
- 助理制片人
- 副制片人

在本书中,我们使用“制片人”这个词主要指代的就是短片制作的策划者和驱动力,有时候我们也会用“创造性的制片人”这样一个称谓。其次我们也用“制片人”指代管理各种制作业务、处理各种商业事务的那个人,这一角色有时也被称为“制片经理”。在第6章中,我们会对制片经理有更详细的介绍。

一部影片往往可以改编自短故事、脚本、朦胧的想法、真实事件甚至一张简单的图画,只要它们具有一定的戏剧性和视觉效果就行。但是,改编过程中想象力和自信心非常重要,只有

具备了这两个因素之后，你才可以启动影片制作程序。很多人其实并不知道，制片人在其中起到了至关重要的作用，或者说他才是一部影片的真正启动者：怀着创作激情为影片四处奔走，并且自始至终地贯穿于从制作到发行的每一个环节。

可以这样说，没有制片人就不会有影片制作。美国电影艺术与科学学院每年都会把“最佳影片”这个奖项授予制片人，这是对制片人在整个影片制作过程所发挥的作用的肯定和承认。

导演

因为受几个当代明星级导演(如斯派克·李、马丁·斯科塞斯、简·坎皮恩、斯蒂文·斯皮尔伯格等)的个人魅力的影响，人们对导演这一角色也是充满了极其浪漫化的想象。仿佛只要导演喊一句“开拍”，影片制作便会自动完成，然后导演剩下要做的事就是和演员们交谈、享受大餐。

实际上，导演的工作不是这样的。他每天都要殚精竭虑地思考如何把抽象的文字变成生动的画面，每天都要面临着无数问题并最终做出正确的判断。从灯光的布置到色彩的处理，从场地的挑选到一声尖叫要维持多长时间……他都要事无巨细地考虑周全。

虽然制片人要努力支持导演的工作，并且维护导演在拍摄现场的绝对权威，但是导演同时也要向制片人负责。两者的关系应该是互补的。导演做出的决定如果会影响预算或者拍摄进程，那么他首先要咨询制片人的意见。有时候，制片人与导演的职责会有重叠或者交叉，理想情况是他们能志同道合、相互理解、相互支持，毕竟影片制作需要团队合作。

导演做决策，但又不能独断专行。他应该善于观察身边的人和事，把每个人的工作积极性都调动起来。在指导演员时，他既是导演，也是观众，还要能从演员的角度思考问题。除此之外，导演还必须具备耐心、方法、强有力的组织能力和清晰的表达能力等素质，在艺术方面也应该有良好的修养。

六部短片

在本书各个章节里，我们一直都想阐释这样一个原则，即，一部成功的影片必然与制作阶段的精细管理密切相关。为此，本书引用了六部我们认为很成功的短片作为实例：四部剧情片、一部动画片和一部纪录片。

作为教师，我们深感，在讲述影片制作时没有实例是不行的。对于初学者而言，很多基本概念与术语比较陌生，通过实例分析可以增进他们对这些概念与术语的理解。此外，我们还在每一章中摘录这六部影片制作者关于影片制作过程的讲述和心得。我们希望以此强化读者对影片制作所涉及的范围、可能遭遇的问题的了解。总体而言，短片制作的规律也同样适合于其他影片，不论它是故事片、纪录片、实验片还是商业宣传片。

这六部短片分别是：

《公民》：11分钟彩色故事短片，剧作与导演都是詹姆斯·达林；

《时光的刻痕》：10分钟故事短片，剧作与导演都是比·加内特；

《误餐》：12分钟的黑白故事短片，亚当·大卫逊兼任剧作与导演；

《真人》：12分钟的彩色故事短片，霍华德·麦凯恩兼任剧作与导演；

《镜子镜子》：17分钟的纪录片，制片与导演都是简·克劳维特兹；

《疯狂胶水》：5分钟的动画短片，由泰提亚·罗森斯塔爾兼任制片与导演。

这些短片都是从众多的短片中脱颖而出的。其中《真人》、《疯狂的胶水》、《公民》等三部短片均出自纽约大学学生之手，

《误餐》也是哥伦比亚大学的学生作品，它还赢得了奥斯卡奖。《时光的刻痕》则是独立制作短片。纪录片《镜子镜子》的制作者是斯坦福大学的老师。

《真人》的发行由直接电影有限公司负责；《镜子镜子》的发行商是女性电影制作公司；《疯狂的胶水》则由罗森塔尔女士自己发行；《误餐》的发行商为兰茨公司。《公

民》的脚本是行业内标准的脚本格式。

为什么会选择这六部短片呢？我们认为它们在制作与导演方面都做得很好。作为短片，它们的长度相近，但是风格与制作过程区别很大，这可以为初学者提供丰富的制作范例。

《镜子镜子》之所以入选，是因为纪录片是一种重要的短片形态。很多年轻的影片制作人都希望能通过纪录片来表达自我。虽然《镜子镜子》在风格和结构上与大多数传统纪录片有所不同，却为制作者简·克劳维特兹提供了观察外部世界的独特视角。

你可以通过以下信息来租赁或购买这六部短片的DVD光碟：

《公民》，詹姆斯·达林

《时光的刻痕》，比·加内特

《误餐》，亚当·大卫逊

《真人》，霍华德·麦凯恩

《疯狂的胶水》，泰提亚·罗森斯塔爾
(Rosenthal@yahoo.com)

《镜子镜子》，简·克劳维特兹(Women Make Movie)

短片制作者语录

本书还从六位短片制作者数小时的采访素材中精选了一些语录穿插在各个章节之中。我们希望能用个性化的表述来与大家一道分享他们的制作与导演经验。这些语录可以在imdb.com中找到。

亚当·大卫逊是《误餐》的编剧与导演。他是在哥伦比亚大学艺术学院读研究生时做的这个片子。

加斯·斯坦是《误餐》的制片人。

詹姆斯·达林是《公民》的剧作者与导演，他做这个片子的时候还只是纽约大学艺术

学院的一名大学生。

杰赛琳·哈芙勒是《公民》的制片人。

比·加内特是《时光的刻痕》的联合编剧和导演。

简·克劳维特兹是纪录短片《镜子镜子》的导演兼制片人，同时是斯坦福大学的教授。

霍华德·麦凯恩是《真人》的编剧与导演。那时他还是纽约大学艺术学院的学生。

泰提亚·罗森斯塔爾是《疯狂的胶水》的编剧与导演。做这个片子时他是纽约大学艺术学院的学生。

各章说明

第1章和第2章介绍了前期准备阶段之前需要做的工作。第1部分和第3部分的各章涵盖了前期准备阶段与发行阶段的内容，制片人在这两个阶段将起主导性作用。第2部分的拍摄阶段与第3部分的后期制作阶段的主角则转移到了导演身上。本书导言部分的“短片摄制流程表”简要地概括了短片摄制过程中制片人与导演各自所需担当的职责。虽然要明确每一阶段的具体用时非常困难，但是以下内容可以成为你做决策时的参考：

- 摄制资金可能一下子就筹集好，也有可能持续几年。
- 脚本灵感来源多种多样，但是要让脚本成型往往要历时很长时间。
- 前期准备阶段通常需要2—8周的时间。
- 有的短片拍摄只需一天，但是大多数短片要在2周内完成。
- 后期制作通常需要2—10周时间。
- 找到合适的发行商可能需要几个月的时间。

第 1 章 脚本撰写 1

制片人 1

开发脚本 1

做足准备工作 2

脚本是什么 3

脚本格式该怎么写 3

脚本创意从哪来 4

如何发展脚本创意 7

脚本改编 8

合法性 9

短片基本形态指南 10

合作 16

进入精细改编脚本阶段 19

真实故事和事件 20

导演 20

指导或执行脚本改编 20

与编剧合作 21

作为故事讲述人的导演 21

有关故事的一些问题 22

场景分析 22

分镜头本 22

脚本如何影响预算的制定 23

动画短片 23

短纪录片 23

网络分享 25

本章要点 25

第 2 章 资金 27

制片人 27

筹措资金 27

筹款中的基本问题 27

资金来源 28

网络搜索 30

招股说明书 30

对资金的使用要负责 36

数字化招股说明书 36

筹款建议 36

学生所能利用的资源 37

学生筹款策略 37

导演 38

加重份量 38

电梯里的挑战 38

成功筹款之路 38

本章要点 39

第 1 部分 前期摄制

第 3 章 摄制分解表 49

制片人 49

对脚本内容做细致分类 49

摄制手册 49

正确的脚本格式 50

细分脚本内容 50

导演 55

故事板和场景图 55

准备摄制计划 56

最后提示 66

本章要点 66

第 4 章 摄制进度安排 67

制片人(制片经理) 67

搭配调试提示板 67

总体原则 67

开始安排摄制时间进度 73

如何安排摄制时间进度 73

摄制第一天 74

确定每天的摄制量 74

在前期准备期间做的一些拍摄工作 76

最终确定摄制时间进度 76

提示单	78
纪录片的摄制安排	79
学生短片摄制时间安排技巧	79
导演	80
拍板拍摄计划	80
分解镜头 = 时间 = 进度 = 预算	80
因延期而带来的不可预见的费用	81
及时调整	81
本章要点	81

第5章 预算安排83

制片人	83
编制预算	83
制作精良度	83
脚本与预算	84
谁来编制预算?	84
预算软件	84
预算格式	84
开始编制预算	95
边学边做	96
导演	99
随时听候差遣	99
本章要点	99

第6章 摄制人员 101

制片人	101
聘用摄制人员	101
谁来聘用摄制人员	101
什么时候开始聘用最好	101
摄制团队要多大才好	102
选聘摄制人员	103
关键的摄制人员	104
营造融洽的氛围	113
网站设计	114
导演	114
选聘摄制人员	114
导演生病	114
本章要点	115

第7章 挑选演员 117

制片人	117
面试	117
选角导演	117

选角的基本步骤	118
选角的额外好处	121
网站管理	121
导演	122
面试	122
挑选演员	122
面试原则	123
纪录片拍摄中对被访者的挑选	127
本章要点	128

第8章 美术指导 129

制片人	129
组建团队	129
制作设计	129
美工部门	130
能讲故事的画面	130
美工部门的职责	131
与摄影师沟通	132
场景布置	132
道具	135
服装	137
化妆	139
发型	139
动画	139
制作人的角色	141
网站设计	142
导演	142
塑造影片的外观	142
幻觉建造师	142
如何定义“外观”	143
细化脚本, 列出清单	144
用视觉效果定义空间	145
试镜	145
本章要点	145

第9章 挑选摄制场地 147

制片人	147
寻找场地	147
去哪里寻找场地	147
勘察场地	149
签约场地	151
导演	152
勘察场地	152

审美要求与实际限制	153
灵活处事	153
幻觉的力量	153
确定场地	155
走场	158
本章要点	158

第 10 章 排练 159

导演	159
摄制现场排练安排	159
排练之前	159
发展彼此间的信任	160
探讨人物性格与内心	160
背景故事	160
排练	161
塑造情景	162
做笔记与沟通	164
采访	165
制片人	165
排练安排	165
本章要点	166

第 11 章 摄像 167

导演	167
协作	167
追赶最新影视技术	167
风格	167
风格要服从影片内容	168
纪录片的风格	168
做足准备工作	168
与摄像导演协商	169
摄像团队	170
基础性决定	171
选择胶片	173
数字视频格式	173
试拍	174
用摄像机讲述故事	174
画框	179
镜头类型	181
摄像机运动	184
剪辑	188
动作的连贯性	190
第二摄制组	192

蓝幕抠像	193
照明风格	194
摄录设备	196
视频	200
视频格式	200
其他设备	206
小窍门	207
动画合成	207
制片人	208
支持	208
其他技术因素	209
本章要点	209

第 12 章 声音 211

导演	211
录制干净的声音	211
好声音为什么重要	211
录音团队	212
录音设备	214
录音团队的职责	214
录音方法	218
影响话筒放置的因素	220
注意事项	221
视频摄像机的录音	222
纪录片	223
网站信息	224
制片人	224
监控环境	224
拍摄所需设备	224
录音设备包的大小与人员的配备	224
本章要点	225

第 13 章 片场美工 227

导演	227
指导	227
最后的巡视	227
布景程序	227
布景	228
道具	229
服装	230
化妆	231
发型	231
辅助人员	231

制片人	231
密切关注	231
替代性场地	232
完成阶段	232
本章要点	232

第2部分 正式拍摄

第14章 摄制现场的组织 235

导演	235
激励	235
有序组织	235
片场礼仪	235
典型的一天	236
运动镜头	240
视频监看	241
数码助理	241
打板	241
现场拍摄口令	243
脚本监制	244
每天审片	246
制片人	246
协调	246
指导方针	246
维护摄制场地的原貌	248
本章要点	249

第15章 演员 251

导演	251
指导	251
过程	251
演员表演的技术要求	252
导演的工具	255
角色分类	255
指导演员	259
纪录片中的采访	260
制片人	261
灵活协调	261
参与社交	261
签订合同	261
本章要点	261

第3部分 后期制作

第16章 画面的后期制作 267

导演	267
最后的定稿	267
作为剪辑师的导演	267
剪辑师	268
剪辑师的建议	268
纪录片剪辑师	268
剪辑的过程	268
什么是剪辑	269
剪辑的演变	275
锁定画面	278
视频剪辑的技术考量	278
数字基础技术	278
非线性剪辑系统的基本工作流程	282
剪辑连续的镜头	285
声音的基本编辑	286
特别的数字视频效果	287
动画	288
胶转磁	290
P2 工作流程	292
制片人	292
建议	292
对设备的要求	292
市场上有哪些软件	292
剪辑室	293
后期制作日程表	293
退一步,再向前看	294
本章要点	295

第17章 声音后期制作 297

导演	297
声音设计	297
什么是声音设计	297
尊重声音	299
声轨是什么	299
声音后期制作的流程选择	299
打出点和入点	302
对话声轨	302
自动对话替换(ADR)	303

背景话语声的录制	305	网络	322
画外音和旁白	305	YouTube	322
音效轨道	306	iTunes	323
音乐轨道	308	手机	323
声音合成	312	DVD	323
不同的声音格式	314	电视	323
学生和初学者的音乐制作技巧	314	影院	323
制片人	316	非影院市场	324
监督后期制作	316	海外市场	324
发行	317	发行选择	324
考验教训	317	导演	327
本章要点	317	公共宣传	327
		奥斯卡奖	332
第 18 章 发行与展映	319	附录 1：短片摄制流程表	335
制片人	319	附录 2：网页内容	337
试水影片市场	319	译后记	339
起初：从一开始就应该有规划	320		
市场	320		
展映	320		