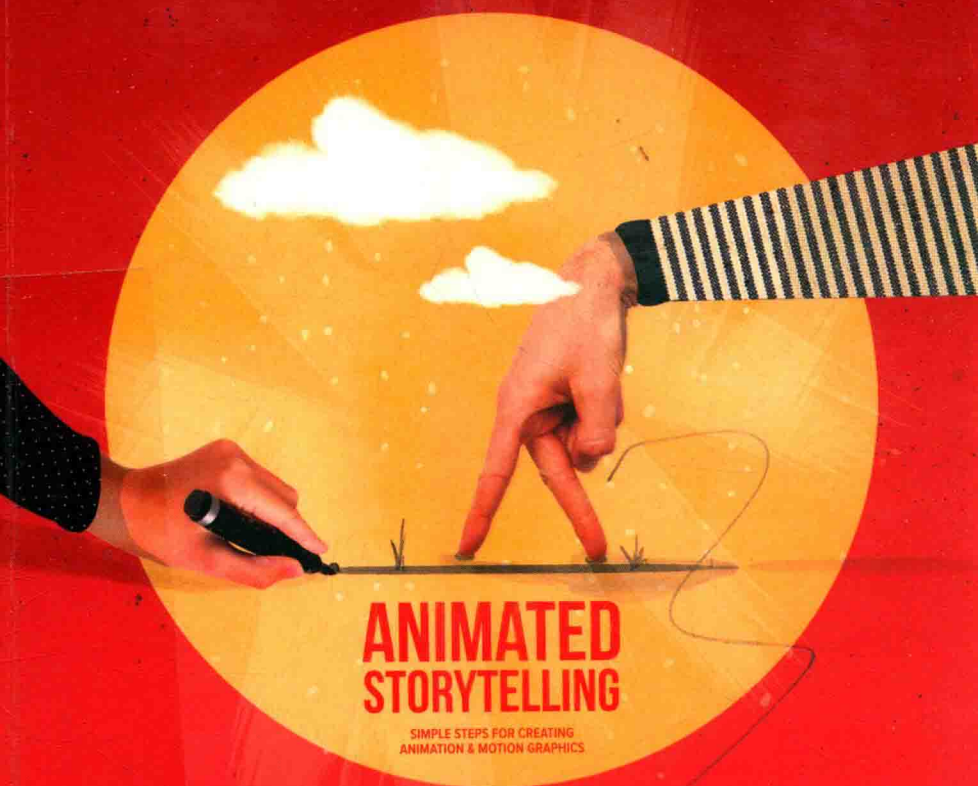


动画叙事技巧

简单10步教你玩转动画

[美] Liz Blazer 著 黄临川 译



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



动画叙事技巧

简单10步教你玩转动画

[美] Liz Blazer 著 黄临川 译

**ANIMATED
STORYTELLING**

SIMPLE STEPS FOR CREATING
ANIMATION & MOTION GRAPHICS

人民邮电出版社

北京

图书在版编目(CIP)数据

动画叙事技巧：简单10步教你玩转动画 / (美) 伊丽莎白·布莱泽 (Liz Blazer) 著；黄临川译. — 北京：人民邮电出版社，2017.3

ISBN 978-7-115-44830-9

I. ①动… II. ①伊… ②黄… III. ①动画制作软件
IV. ①TP317.48

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第026965号

版权声明

Authorized translation from the English language edition, entitled ANIMATED STORYTELLING: SIMPLE STEPS FOR CREATING ANIMATION AND MOTION GRAPHICS, 1st Edition, 9780134133652 by BLAZER, LIZ, published by Pearson Education, Inc, publishing as Peachpit Press, Copyright © 2016 by Elizabeth Blazer.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc. CHINESE SIMPLIFIED language edition published by POSTS AND TELECOMMUNICATIONS PRESS, Copyright © 2017.

本书中文简体字版由美国 Pearson Education 授权人民邮电出版社出版。未经出版者书面许可，不得以任何方式复制或发行本书任何部分。

版权所有，侵权必究。

-
- ◆ 著 [美] Liz Blazer
译 黄临川
责任编辑 王峰松
责任印制 焦志炜
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京画中画印刷有限公司印刷
- ◆ 开本：880×1230 1/32
印张：4.875
字数：169千字 2017年3月第1版
印数：1-3000册 2017年3月北京第1次印刷

著作权合同登记号 图字：01-2016-5333号

定价：45.00元

读者服务热线：(010)81055410 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

作者简介



Liz Blazer, 美国著名电影制片人、艺术总监、视觉艺术家、设计师、动画师和教育家。她曾担任迪士尼的艺术家, Cartoon Network 的导演, MTV 的特效设计师, 巴勒斯坦/以色列“芝麻街”的艺术总监。其动画纪录片“Backseat Bingo”在15个国家的180个电影节上巡展, 并赢得众多奖项, 包括HBO喜剧艺术节、美国动画杂志和国际纪录片协会的奖项。作为一名教育家, 在指导学生创作动画作品时, 她强调会讲故事非常重要。

译者简介



黄临川，天津工业大学教师，THE FOUNDRY 中国NUKE首批认证讲师，天津动画学会会员，中国传媒大学数字媒体艺术专业硕士毕业。曾参与多项国家级科研项目，参与翻译和撰写《Photoshop修饰与合成专业技法》《动画专业英语》《影视动画后期非线性编辑》等书籍，并指导学生在多项比赛中获奖。

内容提要

本书讲述了如何使用动画和动态图形创建令人难忘的故事，并通过这些故事告诉读者，只需遵循 10 个简单的规则以及 4 个阶段——概念设定、前期制作、故事板和设计，就可以完成动画的制作。获奖动画师 Liz 使用简单易懂的说明、有用的例子、容易操作的练习，指导读者并教会读者让设计“动起来”的窍门。

不管是想把实验短片投到国际动画节上的制片人，还是正在创作广告短片的动态图形艺术家，抑或是仅仅想更深入了解动画的学生们，都能从本书中获益。

此书献给

Evan Story Oliver 和 Jeff Oliver

感谢：

Arial Costa 分享了他的精神、无限的才华和艺术技巧。封面和书中的插图就出自他这位多才多艺的奇才之手。

Nikki McDonald 在各个方面都支持着本书。非常荣幸与你一起工作。

Jan Seymour 能给予人帮助，他有敏锐的眼光和富有创造性的想法，是每位作家都期待与之合作的编辑。Jan 能让编辑过程毫无压力，并且充满乐趣。

出版社成员——Tracey Croom、Mimi Heft、Kim Scott 和 Kim Wimpsett，感谢你们的关怀和专业精神，帮助我完成了这本书。

我由衷地感谢并感激 Robin Landa、Christine Panushka、Denise Anderson、Laura Menza、Marc Golden、Bill Moore、Brian Oakes、Brooke Keesling、Alan Robbins、Karin Fong、Kim Dulaney、Sterling Sheehy、Greg Araya、Colin Elliot、Erin Elliot、Mike Enright、Yoriko Murakami、南加州大学电影艺术学院、TED Active、TED-Ed、Stephanie Lo、Jeremiah Dickey、Sarah Shewey、Kelly Young Stoezel、Elizabeth Daley、Kathy Smith、Sheila Sofian、Lisa Mann、Mar Elepano、John Andrews、Leah Shore、Elaine Montoya、Becky Padilla、Justin Cone、Carlos El Asmar、Ron Diamond、Bonita Blazer、Jon Blazer 和 Sheldon Blazer。

如果没有我的丈夫——Jeff Oliver 的协作、编辑与爱，这本书是不可能完成的。

艺术家名单：

Ariel Costa、Cody Walzel、Sirirat Yoom Thawilvejakul、Phil Borst、Jamie Caliri、Louis Morton、Michael Waldron、Richard Borge、Sterling Sheehy、Colin Elliot、Nathalie Rodríguez、Jiali Ma、Kim Dulaney、Passion Pictures、Psyop、The Mill、Von Glitschka、Ian Wright、Jordan Bruner、Maciek Janicki、Gregory Herman、Stefan Bucher、Hsinping Pan、James Lancett、Sean Weston、An Ngo、Richard E. Cytowic、TED-Ed、Alberto Scirocco、leftchannel、Karin Fong、Sony PlayStation、Imaginary Forces、Miguel Jiron、Marsha Kinder、Mark Jonathan Harris、Scott Mahoy 和 Julia Pott

前言

我们生活在一个能够运用动画讲故事的神奇时代。电影节如雨后春笋般在全世界范围内涌现，来宣传和赞美那些新动画。电视和网络中也出现了大量老少皆宜的动画节目。广告商们都渴望着寻找一种新奇的方式与观众建立起沟通。精通动画制作的熟练的讲故事者是非常抢手的，这个领域中的发展机会正在不断扩大。然而在这之前，我们很难找到能为一个人成长为动画叙事高手而提供必要技能的资源。

这本书会循序渐进地指导你如何以动画和动态图形创作优秀的故事。本书基于这样一个想法，不管你是为电影节创作基于文字的故事或实验电影、电视广告或网络广告还是动态图形片头，把重点放在讲故事上是成功的关键。

从前期制作到通过颜色和声音进行故事板创作，最后到达动画制作，本书将通过 10 个简单的步骤为你提供所需要的工具来创作效果不错的动画故事。你会从中了解到简单易懂的说明、有用的例子和简单的作业，让你能实践学到的理论。你还会得到一些提示，告诉你如何利用动画的无限潜力。

我们将在同一本书中重点考虑探索动画与动态图形的创意。这两种形式往往被当做来自不同的世界，当然，它们成长于不同的环境。动画（大部分）已经被归类为电影制作学科，它致力于为电视、电影院和电子游戏机开发实验性的和角色驱动的故事。与此同时，动态图形的研究作为平面设计学科的一部分，非常关注品牌和内容推广，这使得动态图形对广告、广播级图形制作和电影片头来讲是不可或缺的。动画与动态图形一直是分离的，然而这两种形式有很多共同点，因此能从对方学到非常多的东西。它们将一起呈现在这本书中，因为它们是携手存在的，也因为它们的经验是互惠共享的。

对于想要把实验短片投到渥太华国际动画节上的制片人来说，你会发现本书中有大量的经验对你的目标有直接帮助，但是我也劝你接受动态图形“商业”文化的影响，它严格强调纪律和最后期限。这将帮助你及时完成短片并寄到加拿大。对于正在创作新的广告短片的动态图形艺术家而言，我会经常直接地提醒你，你需要密切地关注并学习动画经验主义和叙事结构的经验。你的动态作品将在其影响下茁壮成长。

现在，往下翻一页，开启本书愉快的体验之旅。请做好学习大量实践技能的准备，也要意识到这是一段孤独的旅程。这段旅程使你获得自信去讲你一直想讲的故事，你也会成为你想要成为的叙事高手。让我们开始吧……



目录

- 1 前期制作 1**
动画创作精进入门
- 2 讲故事 17**
驾驭无限的媒介
- 3 故事板 37**
创建你的视觉脚本
- 4 色彩感觉 55**
使用正确的调色板渲染你的故事
- 5 怪异科学 71**
动画的实验
- 6 声音创意 87**
让你的故事与音频同步
- 7 设计幻想世界 101**
场景搭建和环境设计
- 8 技术 113**
匹配风格和故事
- 9 动起来 129**
逐帧的全局思考
- 10 展示和讲述 141**
创造、分享和网络

1

前期制作

动画创作精入门

动画是一种没有任何限制的叙事方法。艺术家们可以创造出新的世界，摆脱束缚，从真实的世界跳转到虚幻的空间，还可以将观众带到他们的想象力遥不可及的地方。然而，如果我们没有经过前期制作这个阶段，就立刻开始动画制作，这就如同你在没有接受过任何拳击课程训练的情况下和一位职业拳击手一同爬上了拳击台。也许你能偶尔幸运地击中他，但是那之后将会一败涂地。

讲好一个动画故事，主要涉及计划编排。大多数陷入窘境的失败项目，都是因为导演在开始动画制作之前，没有回答3个重要的问题：这

是什么？它看起来像什么？它由什么组成？在本章中，你将通过3个简单的步骤来回答这些问题：概念设定，可视化预览，资产创建。

如果你在这整本书中一无所获，至少也要明白一件事：动画艺术之神——缪斯¹其实是一位有些偏执的完美主义者，她希望一切都井井有条，而你必须在这方面向她学习。当她前来拜访你的时候，她希望为她准备的客房的床上能够放着去往所有你将带她参观之处的详尽路线图，也许枕头上还可以放点儿薄荷味巧克力。你最好按照她的偏好来布置客房的房间，换句话说，你要非常重视前期工作，不然就有可能会在一些完全不匹配的场景中浪费几周或者几个月的时间，更坏的结果是有可能导致项目无法完成。忽略了这些步骤的话后果自负哦！

概念设定

这是什么？

“那么，你的作品是关于什么的？”这大概是你询问艺术家的最惹人讨厌的问题。通常的回应是：“嗯，我不打算谈论这个。”那么，做好准备谈论它吧，毕加索们。无论你是制作具有视觉效果的动画电影还是客户委托的动态图形作品，这些作品通常都带有这样或那样的诉求，要么“有话要说”（例如一部公益广告），要么“有东西要卖”（比如商业广告），目的明确是概念设定中最重要的部分。在你能回答“究竟你将要做什么”这个老生常谈的问题之前，不要继续往前走了。

从创意简报开始

如果你将与客户共事，无论它是一部高预算的电影预告片、网络播放的公益广告（PSA）还是电视广告，你很有可能会收到一份创意简报。如果它的质量高，这份文档将阐释客户的宗旨和目标（这个项目必须是什么样的以及项目有多长）、受众以及项目的关键节点和截止日期。企业并非每次都能把意思表达准确，但他们会尝试在文档中说明一些情

1 译者注：缪斯（拉丁语 Muses）是希腊神话中主司艺术与科学的九位古老文艺女神的总称。她们代表了通过传统的音乐和舞蹈、即时的和流传的诗歌所表达出来的神话传说。本文中作者提到缪斯，将她称为动画艺术之神，也代表动画创作中的灵感。

况。创意简报能驱使客户和创作团队思路一致（至少在某些地方接近）。如果你没有与客户一起工作，那么我强烈建议你自己写一份创意简报。

我们每个人都有一些奇怪的工作流程，而且没有什么是一定正确的。但是我喜欢远离电脑，将一沓空白的纸贴在墙上，标记上一些荧光涂鸦。什么？你没有纸？好吧，那么便利贴呢？它们也很管用！你只需要远离电脑，拿起书写工具，写出下面的基本内容：

它是什么？短片、公益广告、商业广告、电影预告片，等等；

给谁看？电影节、由 11 ~ 14 岁男孩组成的电视观众、我的莫林姑妈，等等；

它有多长？30 秒、2 分钟，等等；

你创作的目的是什么？为了卖尿布，为了乳腺癌募捐，为了介绍剧情片，等等；

多久完成？1 个月、6 个月，等等。



我强烈建议你制作一个日程表，从项目截止日期开始往前倒推，在上面标注出你打算坚持的每周的进度。随便搜索一个“空白日程表”，将它打印出来，然后在上面标记出每个周六必须完成的里程碑式的工作，如果没完成，那么周六晚上就不用想着去参加山姆的“90后”派对了对了。

完成了？很好。回答上面的问题，就好比是在为缪斯做大扫除，因为她很快便会初次造访了。

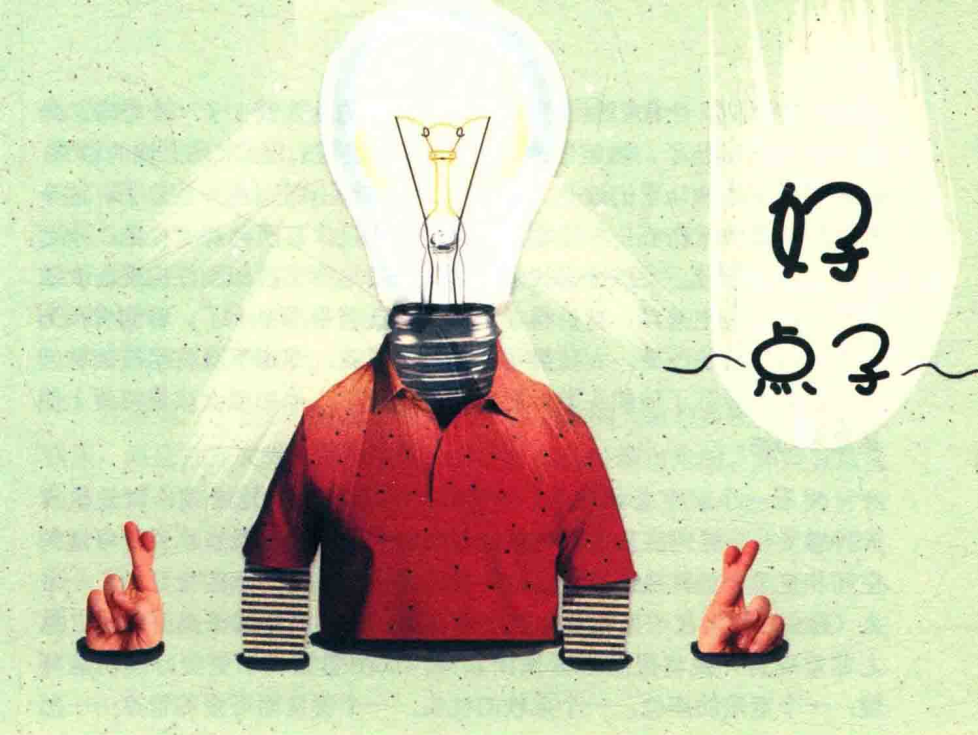
召唤灵感

现在你知道你的项目想呈现什么效果，受众是谁以及各阶段性目标什么时候完成，但是你仍然不知道你的项目到底是什么。请再一次远离你的电脑，当你思维很活跃或处于头脑风暴时，灵感会突然到来。现在，靠近你贴在墙上的空白的纸或者便利贴，把你的好点子写在上面。对于一个私人项目，好点子取决于你自己。也许你想创作一部短片，灵感来源于最近的一次分手，而你想要探索的好点子便是初恋。在和客户合作的项目中，好点子往往会提供给你，比如水污染公益广告或者关于家人团聚的航空公司广告。现在请拿好马克笔，让我们开始工作！

我希望你将了解和感受到的关于好点子的每一件事都写下来，不管它是关于初恋还是航空广告。把你头脑中关于这些创意的所有联想全部倒出来，写在纸上。

关于初恋，回忆那些你头脑中闪现的记忆、遐想、痛苦、画面，同时也搜索一下那些你联想到的不管多奇怪的词，等等。对于一个航空公司广告而言，请把过往的飞行经历以及和旅途相关的，或想象的或感性的记忆都写下来。不要担心它是否是负面的（糟糕的飞机餐或者拥挤的卫生间），因为在后面你可以随时将它去掉。重点是一定要如实描述。将这些事情写下来，能写多少写多少，直到没什么可写了——毫不夸张地说，直到将你的头脑完全倒空，关于这个主题再也没有什么事情可说为止。

一旦你在这个项目上释放了所有的想法和自由的联想，请逼迫你自己写下两件或3件更多的事情。整个过程大概花费15～30分钟的时间。



故事就在那里！

现在，你已经将你头脑中所有的想法都倾注在了这个项目的创意上，请将你找到的最引人入胜的词语和想法圈出来。试着将这个名单缩小到你最喜欢的范围——也许是重要的4~5条。有时在这些最棒的想法中，将会存在一种巧妙的联系。如果是你挖掘的初恋故事，那么你也许会圈出一个想法，比如“关于犯错和原谅”，或者一幅画面“他长期松开的鞋带”。如果是航空出行的主题，可能会呈现这样的画面，心爱的人在机场迎接你；或者是一个简单的词“起飞”；抑或是经济舱狭窄空间里的客人，幻想着某一天能在头等舱享受更舒适的空间和松软的靠垫。

讲故事就如同灰尘一样古老。人类从穴居时代就已经开始编故事。我们的大脑在关联事物、寻找叙事方式时，会非常活跃。当然，你的大脑也一样。

比如，对于你的初恋故事而言，只需要专注在那些可能让你心里有话想说的感觉上面，比如爱是“关于犯错和原谅”的，还有“他散开的

鞋带”的画面。让我们假设一个灵巧而整洁的女孩爱上了一个鞋带总是散开的邋遢小伙子。她试图改变这个邋遢的男孩，经常系上他的鞋带，尽管男孩更喜欢让它们散开。他们在这件事情上闹别扭并且分手。这个整洁的女孩非常伤心——她非常思念这个男孩，甚至他那宽松的，永远系不上鞋带的鞋。女孩跑去找那个男孩，而这时男孩却刚好出现在女孩家的门口。他抱着花，打扮得非常整齐，连鞋带都系上了。看到男孩为了自己所做出的改变，女孩笑了。她接过了花，却弯下身将男孩的鞋带解开，并且弄乱了他的头发。男孩开心地笑了，他知道女孩最终爱上的是原本的他。

对于一个航空公司广告，我们挑出来“起飞”这个词，以及这样一种感受——蜷缩在狭窄机舱里，却梦想着坐在头等舱里享受更舒适的空间和更柔软的枕头。所以，也许我们可以从这样一幅图像开始，一个人（Jane）被困在一架航班的狭小座位上，而飞机还尚未离开跑道，总之非常痛苦。她将眼睛紧紧地闭起来，试图想象一个更美好的机舱环境：一个宽敞的座位，一个柔软的枕头，一个善良而可爱的管家……然

