

Media

TECHNOLOGY

传媒·典藏

写给未来的电影人·编剧系列

2ND EDITION
D.B. GILLES
SCREENWRITING
THE WRITER WITH
NEW STRATEGIES TO FINISH YOUR SCREENPLAY & GET A DEAL!

剧本创作与营销策略 (第2版)

[美] D. B. Gilles 著 吴碧玉 译



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

写给未来的电影人·编剧系列

剧本创作与营销策略

[美] D. B. Gilles 著 吴碧玉 译 (第2版)

The Screenwriter Within

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

剧本创作与营销策略: 第2版 / (美) 吉勒斯
(Gilles, D. B.) 著; 吴碧玉译. — 北京: 人民邮电出版社, 2014. 7

(写给未来的电影人. 编剧系列)

ISBN 978-7-115-35503-4

I. ①剧… II. ①吉… ②吴… III. ①电影剧本—创作方法②电影剧本—市场营销学 IV. ①I053.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第091559号

版权声明

THE SCREENWRITER WITHIN: NEW STRATEGIES TO FINISH YOUR SCREENPLAY
AND GET A DEAL! (2ND EDITION) BY D. B. GILLES

Copyright: © 2014 BY D. B. GILLES

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

Simplified Chinese edition copyright.

2014 POSTS & TELECOM PRESS

All rights reserved.

本书简体中文版由 **BIG APPLE AGENCY** 代理 **MICHAEL WIESE PRODUCTIONS** 授权人民邮电出版社在中国境内出版发行。未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或节录本书中的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

-
- ◆ 著 [美] D. B. Gilles
译 吴碧玉
责任编辑 宁茜
责任印制 周昇亮
- ◆ 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>
三河市海波印务有限公司印刷
- ◆ 开本: 690×970 1/16
印张: 11.5
字数: 195千字 2014年7月第1版
印数: 1-4 000册 2014年7月河北第1次印刷
- 著作权合同登记号 图字: 01-2012-5436号
-

定价: 39.80元

读者服务热线: (010)81055339 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第0021号

“天哪，他成功了！D.B. 吉勒斯（D.B. Gilles）成功地超越了自己。之前，我就已经觉得没有什么能比他写的《剧本创作与营销策略》第1版更好的书了，现在D.B. 竟然又推出了第2版，里面有更多智慧、更多欢笑、更多要点！只要看看D.B. 吉勒斯所著的《剧本创作与营销策略》第2版的目录，你就会对此书爱不释手！”

——卢·亨特（Lew Hunter）博士，电影编剧，《卢·亨特的电影剧本写作434》（*Lew Hunter's Screenwriting 434*）的作者，美国加利福尼亚大学洛杉矶分校编剧系主任。

“《剧本创作与营销策略》第2版一书与D.B. 教授的编剧课一样，寓教于乐，他站在普通人的角度来观察职业电影编剧的生活及在好莱坞的工作情形。”

——大卫·本努鲁，电影《环球旅行八十天》（*Around the World in 80 Days*）及《死亡地带》（*The Dead Zone*）的编剧。

“D.B. 一直都是一位值得信赖的导师，他不仅仅充分阐释了创造性写作的过程，并且也提及了在将剧本卖出去的过程中可能会遭遇到的种种突变状况。深刻、犀利的见解，适合任何一位希望能进军影视行业的人。”

——大卫·麦肯纳（David McKenna），《编剧备忘录：故事结构和角色的秘密》（*Memo from the Story Department*）的作者之一。

“新版《剧本创作与营销策略》应该配备3-D眼镜和爆米花，因为写得实在是太好了。书中涵盖了当下电影剧本市场的最新重要信息，见解深刻敏锐、充满智慧。”

——谢尔登·伍德伯里（Sheldon Woodbury），纽约大学电影剧本写作教授，《如何成为身价百万的金牌编剧》（*Cool Million: How to Become A Million Dollar Screenwriter*）的作者。

“相信我，D.B. 的书能帮助你写出专业化的剧本，无论你之前是否有相关经验。”

——丹·普利克（Dan Pulick），《星战迷友》（*Fanboys*）的编剧之一。

“《剧本创作与营销策略》第2版是任何一个编剧都梦寐以求的宝物——这本关于电影剧本写作方面的书籍，能让你兴奋不已，恨不得立刻坐下来去写作。”

——安德鲁·钱布利斯（Andrew Chambliss），编剧，作品有《吸血鬼日记》（*The Vampire Diaries*）、《斯巴达克斯：沙与血》（*Spartacus: Blood & Sand*）及《玩偶特工》（*Dollhouse*）。

“大多数电影剧本写作方面的书籍只会教你写作形式或风格，而D.B. 在此基础上更进

了一步，他教你如何成为一个职业编剧。对于无论是刚刚涉猎这一行业的人还是经验丰富的专业人士来说，此书都是一笔非常宝贵的财富。”

——约翰·哈拉文 (John Hlavin)，编剧，作品有：《黑夜传说4：觉醒（由湖景影业及幕宝电影公司出品）》[*Underworld 4: New Dawn* (Lakeshore/Screen Gems)] 及《盾牌（由FX有线电视网出品）》(*The Shield* (FX))。

“大多数电影剧本写作方面的书籍能教会你的东西是有限的，但是《剧本创作与营销策略》第2版能教会你作为一名21世纪的电影编剧所需要知道的一切东西！”

—— 米克·卡塞尔 (Mick Casale)，纽约大学提斯克艺术学院 (Tisch School of the Arts) 编剧系主任。

“《剧本创作与营销策略》第2版是一件无价之宝，D.B. 以其超凡的幽默吸引你投入到此书当中。”

—— 安德鲁·格兰德 (Andrew Gurland)，《最后一次驱魔》(*The Last Exorcism*) 的编剧、《怎样失去童贞》(*The Virginity Hit*) 的编剧兼导演。

“如果你想找到一本着重于基础（及更多东西）的剧本写作方面的书，《剧本创作与营销策略》第2版是你不二的选择。D.B. 写作风格幽默、坦诚，表述清晰，真的能帮助你提高剧本写作水平。”

—— 马修·特里 (Matthew Terry)，电影制作人、编剧、老师、www.hollywoodliitsales.com 网站的专栏作家。

“在我认识的所有电影编剧教授中，D.B. 吉勒斯写的书是最让人有兴趣看下去、也是最实用的。关于电影及电影业，威廉·戈德曼 (William Goldman) 有一句至理名言：‘没谁能万事皆知。’然而，《剧本创作与营销策略》第2版证实戈德曼的观点是错误的，吉勒斯非常了解电影剧本写作，他写的这本书极其有用。”

—— 阿莫斯·坡 (Amos Poe)，电影制作人、电影编剧。

“此书揭开了好莱坞的神秘面纱！在《剧本创作与营销策略》第2版中，D.B. 吉勒斯赠予你打开好莱坞王国大门的钥匙，并教你如何使用。”

—— 盖尔·杰克瑞斯特 (Gail Gilchrist)，编剧，作品有：《我的小狗斯齐普》(*My Dog Skip*)、《庞德之心》(*The Ponder Heart*) 及《惠特尼的绿苹果》(*The Greening of Whitney Brown*)。

“把这本书带给你最喜欢的咖啡馆，要做好一待就是好几个小时的准备，它是你能想象得出的最智慧、最有趣、最基于实际的电影编剧老师。在这些短而精的章节中，业内人士的建议及常识性策略将使你受益终生，让你能更好地掌握电影编剧这一游戏。”

—— 克里斯托弗·沃格勒 (Christopher Vogler)，《作家之旅》(*The Writer's Journey*) 的作者、《编剧备忘录：故事结构和角色的秘密》(*Memo from the Story Department*) 的作者之一。

“在指导你如何拓展故事方面，吉勒斯绝对称得上‘大师’。他用简洁、明确的方法引领你，时时让你惊叹。我相信，新版《剧本创作与营销策略》是最佳电影剧本写作书之一，此书能让不同水平的编剧知道，要把他们写的故事卖出去需要什么。”

—— 珍·格里桑迪 (Jen Grisanti)，《故事情节设计：从生活中提炼创作的金点子》(*Story Line: Finding Gold in Your Life Story*) 的作者，美国国家广播公司 (NBC) 明日编剧班 (Writers on the Verge) 写作指导老师。

内容提要

如果你在电影剧本写作方面是新手，但是马上就要开始写第一个剧本；如果你已经写过几个剧本；如果你是本书第 1 版的拥趸；如果你从未听说过这本书；如果你打算重新选择一门职业，想要成为一名电影编剧，你会发现本书是你弥足珍贵的指导老师。

本书不仅告诉你在撰写、修改、润色及完成你的电影剧本时所需要知道的东西，同时本书也像一门速成课，帮助你学会说该说的话、做该做的事，避免当下电影编剧在好莱坞所面临的种种困难，让电影编剧们基本了解每个好莱坞职业编剧都需要知道的事儿——如何获得交易！本书能让不同水平的编剧知道，要在现今的电影行业背景下把他们写的故事卖出去需要什么。

本书作者 D. B. Gilles (D. B. 吉勒斯) 是你能够想得出的最智慧、最有趣、最基于实际的电影编剧老师。在这些短而精的章节中，他的建议及常识性策略将使你受益终生。通过阅读本书，你将能更好地掌握电影编剧这一游戏。

致谢

我想要向那些在我写作本书时给予我鼓励和支持的亲朋好友们表达最诚挚的谢意。

感谢玛莎，她有着超强的幽默感，她给予了我友谊和关爱。我的家人自始至终都在支持着我，尤其是皮特，他那乐观的天性和友谊陪伴我渡过了许多难关。

迈克尔·威斯和肯·李一直在坚定不移地支持着我。当我开始着手写《带着激情去拍摄》（*Producing with Passion*）和《DV拍摄宝典》（*Digital Video Secrets*）这两本书时，遇到了一连串出乎所有人意料的、超乎寻常的困难，是迈克尔在我背后支持着我走过了那些艰难时刻。

有很多人给予我建议，帮我审阅初稿，还有人在我需要的时候带我出去喝咖啡。感谢吉姆·杰克森、汤姆和盖尔·马凯特、格洛丽亚·哈美德、戴安娜·布鲁克斯、大卫·L. 布朗、杰克·巴克及菲利普·罗德斯。

芭芭拉·克拉克在紧要关头主动请缨为本书中的照片充当模特，她充满朝气和热情，与她合作特别愉快，我非常感激她。

艾伦·西格尔在加利福尼亚低湖（Lower Lake）的卡尔中学（Carle High School）教授视频制作课，他帮我审阅了初稿并给予我宝贵的建议。感谢本·霍珀、贾尔德·米尔斯、亚伦·摩尔、西·马修·帕斯利和柯提斯·派晨尼诺。

乔恩和玛塞勒·约斯特不吝赐教，他们乐于回答我的问题并分享关于电影制作的知识和见解，尤其是关于制作和编辑数字视频方面的问题。

感谢 Cinequest 电影公司，其网址为：www.cinequest.org。Cinequest 电影公司负责每年一度的圣何塞 Cinequest 电影节（Cinequest Film Festival）和 Cinequest 电影发行公司（Cinequest Distribution Label）。

最后，我要感谢桃乐茜和吉姆·费迪曼，他们给予我友谊和关爱，并给予我电影制作、编剧和创意方面的指导。

本书中如果出现任何错误和疏忽之处，责任全在我，都是我一个人的错。

前言

新版《剧本创作与营销策略》对你来说意味着什么

自从2000年《剧本创作与营销策略》第1版出版以来，我收到了数以千计、来自不同编剧的电子邮件、电话和短信，这些编剧要么看过这本书或我写的其他文章，要么就是看过我的博客：编剧重建站（Screenwriters Rehab）。

我倾听了他们的顾虑、问题及反馈意见，对其认真思考，并将获得的成果用于本书。在这本新版书中，新的及修正过的内容大约占70%。

如果你在电影剧本写作方面是新手，但是马上就要开始写第一个剧本；如果你已经写过几个剧本；如果你是本书第1版本的拥趸；如果你从未听说过这本书；如果你打算重新选择一门职业，想要成为一名电影编剧，你会发现新版《剧本创作与营销策略》是你弥足珍贵的指导老师。

从这本书首次出版发行到现在，世界已经发生了变化，电影编剧的处境也在发生着相应的变化。这是自然而然的事。

原因何在？因为电影制作业在发生着变化。

我也同样有了改变。我变得更加有智慧，对电影编剧这一行的运作更加熟谙——我自己本身既是编剧，又是老师兼写作指导。

在任何行业中，成功的关键是要学会如何去适应。这同样适用于电影剧本写作。

在过去，电影公司制作的影片（好莱坞的主流）与独立电影之间泾渭分明，但现在两者几乎没有太大差别，有很多大牌明星、导演及编剧都在制作“较小”的电影。不仅如此，有不少电影编剧也开始转向电视，因为电视比好莱坞更能接受情节剧——事实上，情节剧更容易获得奥斯卡奖——千万别让我提起这个话题来。

那些能在20前（或10年前）被拍成电影的剧本，放在现在，可能丝毫机会也没有。在我们生活的世界中，喜剧已经变得不那么单纯了，而十来岁的青少年则变得更世故（但不一定更聪明），因为他们能接触到各种不同的媒体，获得大量流行文化信息。以前他们喜欢的东西，现在则会让他们觉得无聊，他们需要更前卫的东西。

电影公司想要找到能吸引各个年龄层观众的东西，所以才会出现那么多的动画电影。以前动画电影特别少，但现在情形已经大为不同了。电影公司在此类风格的影片中发现了生财之道，小孩子喜欢动画电影，大孩子也喜欢，甚至连成人、父母、爷爷奶奶奶辈的人也都不例外。对于电影公司来说，最妙不可言的事就是能让每个人都走进电影院，所以最好只制作动画电影！

目前还有为电视台量身定做的电影，以下这些电视台都有自己的原创电影：

Lifetime、ABC Family、MTV、HBO 及 Showtime，但这一市场正日渐萎缩。

现在的新技术让人叹为观止，一方面可以制作出类似《阿凡达》（*Avatar*）这样的影片，另一方面，高清数字摄像机的使用成本并不昂贵，所以你根本无法区分一部影片拍摄时使用的是便宜的还是昂贵的摄像机。

在过去，如果一部电影直接变成了视频制品，参与制作的人都会觉得很没面子，尤其是编剧。但现在情况不一样了，我们生活在一个网络的世界里，有 Netflix^① 这样的公司为我们服务，在网络上可以很方便就看到电影，还有去影像店的必要吗？

没人能确定五年后 Netflix 公司还会不会存在，也许它会被某个技术上更先进的东西所取代。现在还有节目点播，也有很多人购买 DVD。无论你选用何种方式观看影片，电影公司都能获利。

靠明星阵容来打造电影的方式已经不灵光了。2010 年夏天，由汤姆·克鲁斯（Tom Cruise）主演的《危情谍战》（*Knight and Day*）及由凯瑟琳·海格尔（Katherine Heigl）和艾什顿·库彻（Ashton Kutcher）主演的《整编特工》（*Killers*），在票房方面双双触礁。还好，由莱昂纳多·迪卡普里奥（Leonardo DiCaprio）主演的《盗梦空间》（*Inception*），在票房成绩上还小有收获。

这是否意味着明星体系在崩溃？如果真是这样，倒也不失为一桩好事。电影公司再也不必为了影片能多一丝胜出的机会而付给演员高额酬金，他们将不再着眼于明星，而会将注意力转移到寻找好的内容上，换言之，你的剧本将会成为主角。

电影公司比以往任何时候都更期望能获得特许权，可是他们在寻找素材的过程中，往往会将重点放在连环漫画书中的主角、以前的电视节目和绘本小说（graphic novel），而非原创素材。这种做法很不好，因为他们预定了自己的观众。

以前，编剧只需要给相关经纪人写一封信，并在信中附上自己的剧本概述，就有机会让自己的剧本得到阅读。可现在，这种好时光已经一去不复返了，那些秘书和助理得到指令，将收到的剧本扔进垃圾筒里或是原封不动地退还。过去 10 年中，通过发送电子邮件，你有可能与某位经纪人或负责人联系上，但现在这种日子也不复存在，最重要的原因是，你根本就找不到能帮助你的人的电子邮箱地址。如果你从人人都能查找到的公开信息中找到了某位经纪人的邮箱地址，千万不要高兴得太早，它对你来说毫无用处。在有了某位经纪人的有效邮箱地址之后，你还得让你自己的邮箱地址出现在她的地址簿里才行，否则你向其发送的邮件都会被一一屏蔽掉。

如今，一个编剧如果想要站稳脚，就必须比以往更加聪明才行。你必须知道该如何去找到那些难以找到的电子邮箱地址，这可不是件容易的事；你必须了解哪些有前途的经纪人会阅读你的剧本——至少会看一下你的剧本概述。

① Netflix 是一家在线影片租赁提供商。——译者注

貌似很难，但不要灰心，机会还是会有有的。Inktip.com、Scriptpimp.com、Scriptshark.com 等网站为编剧们提供了一个可以展示作品的地方。

如今，当你准备把剧本发送给经纪人、电影公司负责人或是制片人时，你的剧本一定要近乎完美，千万不要把草稿寄出去——无论你的亲朋好友及支持你的人表示他们有多么喜欢。

你的剧本必须做到无可挑剔，才能给阅读它的人留下深刻的印象。

为了帮助你做到这一点，同时让你知道如何获得更多行业信息，新版《剧本创作与营销策略》提供了最新的、最有用的信息。

引言

我阅读过的电影剧本、故事剧本（Treatment）^①及大纲，超过3000个，还有好几百个待售剧本（spec script）——包括电视的、小说的还有话剧的。

除了身为纽约大学提斯克艺术学院下属的莫里斯·坎巴电影与电视研究院（Maurice Kanbar Institute of Film & Television）的一名教职员工外，我还担任了多年的剧本顾问及写作导师，我指导编剧们如何写作剧本、完成剧本及改进他们已经完成的剧本。

我向我的客户做出如下承诺：如果他们愿意听我的，我会教他们如何把剧本写得更好，并让他们离自己的目标更近一步。但我不能保证他们写的剧本可以卖出去，这事得看天意。我与来自世界各地、各个年龄层的毫无经验（及经验丰富）的编剧合作过。

我知道，每个人都有个想要讲述的故事，我在本书中与大家分享的经验、见解及策略能帮助你讲述你的故事，并且发掘出深藏在你内心深处的那个编剧。

在我多年从事老师、剧本顾问及作家的职业生涯中，我了解到，很多写作电影剧本的人从来没有好好学习过该如何成为一名电影编剧。实际上，当一名电影编剧要比写一个电影剧本难多了，这是我的经验之谈。我写过8个电影剧本，3个被选，卖出去2个，1个被拍成电影。正常情况下，做一名电影编剧是一件极其耗费精力的事。电影编剧是通过“写”来学会如何写剧本的，同样，要想学会如何做一名电影编剧，就要亲自去做。如果你不知道如何去做，那你在当下的好莱坞将处于劣势。

你需要的不仅仅是一个好剧本，你还需要策略及作战计划。

关于“实践出真知”，索福克勒斯（Sophocles）^②做出了很好的诠释：

人必须通过实践来学习，不要以为自己知道，试过之后才能确定。

《剧本创作与营销策略》不仅告诉你在撰写、修改、润色及完成你的电影剧本时所需要知道的东西，同时也是一门速成课，帮助你学会该说的话，做该做的事，避免当下电影编剧在好莱坞所面临的种种陷阱。

D. B. 吉勒斯

纽约市

^① 故事剧本是电影剧本的一种摘要，在内容上包括了完整的情节发展，全部的主要场景，还有一些具有关键性的对白。——译者注

^② 索福克勒斯是希腊戏剧家，约公元前496—公元前406年，代表戏剧《安提戈涅和俄狄浦斯王》，亦称《暴君俄狄浦斯王》。——译者注

如何使用本书

书中各章有长有短，其篇幅是由内容所决定的，有些章用两页的版面就能将要表达的意思说清楚，而有的则需要较多版面；有些章需要写作练习，而有些则不需要。

有些观点不值得单独立章，但却必须要提及，因此，我把这些虽小但却很重要的内容称为“策略”。

它们出现在每章末，大多数“策略”的内容是独立的，有些对之前提到过的观点进行了延伸。在你写初稿，尤其是在修改和润色的过程中，你可以把它们当作用来排查错误的参考。

第五部分的“作战计划”，教你如何变得更加职业化、更贴近好莱坞。

献给

简·泰瑞斯·坎贝尔（Jane Terese Campbell）

“不论你能做什么，不管你梦想自己能做什么，都开始动手吧！”

——约翰·沃尔夫冈·冯·歌德

“Whatever you can do, or dream you can, begin it.”

— John Wolfgang von Goethe

“爸爸，你花多长时间学会玩扑克牌的？”

“一生的时间，儿子。”

——大卫·斯潘尼尔（David Spanier），《扑克大全》（Total Poker）的作者

“How long does it take to learn poker, Dad?”

“All your life, son.”

— David Spanier, Total Poker

第一部分 讲故事 001

1. 明智的开始：电影剧本写作的标点符号原理 002
2. 没有事件，就不可能有情节 006
3. 你的概念有多高？ 009
4. 现有的东西不够有趣，我们就必须要进行编造 ... 012
5. 尽量往包袱深处挖掘，也许你就会发现金子 014
6. 给你的主角一段艰难时光，一段极其艰难的时光... 018
7. 电影编剧就像运动员 021
8. 为什么亚里士多德很重要（以后依然如此） 023
9. 你的构思是否足够大、能够支撑起一个剧本？ ... 027
10. 要看世界，得先到机场..... 029
11. 大纲的重要性..... 033
12. 怪人——便利店里一只眼失明的
店员如何能让你的剧本变得更好..... 038
13. 带来阴影的意外及“现在会如何？”元素..... 041
14. 是第三幕缺失还是故事已经结束了？ 046
15. 有讽刺意味的事 051
16. “一颗子弹”理论及其如何帮助你安排剧本情节... 054
17. 在寻找故事思路时有困难？回首往事 057

18. 然后呢?	060
19. 故事剧本的必要性	063
20. 完整的过程: 从笼统的构思到故事剧本, 再到电影剧本	081
21. 改编	093

第二部分 人物塑造 097

22. 重新认清自己是谁, 经历过什么	098
23. 你的主角是如何走到这一步的?	103
24. 煽情、温情脉脉对讨人嫌、 恶毒、邪恶十足	106
25. 展现给我看, 而不是告诉我	108
26. 凡不能毁灭你的, 将使你更强大 (并给你故事构思)	110
27. 公众生活、私生活及秘密生活	113

第三部分 对白与冲突..... 117

28. 没有人可以教会别人如何写对白	118
29. 角色动机.....	120
30. 让你的角色有戏剧冲突!	124