

后浪出版公司
电影学院 078

导演攻略

THE LITTLE
BLUE BOOK
FOR FILMMAKERS

(美) 卡尔·戈特利布 (Carl Gottlieb)
托尼·阿特尔 (Toni Attell) 著
杨曼曼 译

北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

后浪出版公司
电影学院078

THE LITTLE
BLUE BOOK
FOR FILMMAKERS

导演攻略

(美) 卡尔·戈特利布 (Carl Gottlieb)
托尼·阿特尔 (Toni Attell) 著
杨曼曼 译

图书在版编目 (CIP) 数据

导演攻略 / (美) 戈特利布, (美) 阿特尔著; 杨曼曼译.

-- 北京: 北京联合出版公司, 2015.7

ISBN 978-7-5502-5338-4

I. ①导… II. ①戈… ②阿… ③杨… III. ①电影导演—导演艺术 IV. ①J911
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 106494 号

THE LITTLE BLUE BOOK FOR FILMMAKERS: A PRIMER FOR DIRECTORS, WRITERS,
PRODUCERS, AND ACTORS by CARL GOTTLIEB AND TONI ATTELL

Copyright: © 2012 BY CARL GOTTLIEB AND TONI ATTELL

This edition arranged with Hal Leonard Performing Arts Publishing Group
through BIG APPLE AGENCY, INC., LABUAN, MALAYSIA.

Simplified Chinese edition copyright:

2015 POST WAVE PUBLISHING CONSULTING (Beijing) Ltd.

All rights reserved.

Permission to translate this work was arranged through Robert Lecker Agency, Inc, exclusive
foreign rights agent for the Hal Leonard Performing Arts Publishing Group.

本书中文简体版权归属于后浪出版咨询(北京)有限责任公司。

导演攻略

著 者: (美) 卡尔·戈特利布 托尼·阿特尔

译 者: 杨曼曼 选题策划: 后浪出版公司

出版统筹: 吴兴元 编辑统筹: 陈草心

特约编辑: 陆梦婷 责任编辑: 刘 凯

封面设计: 赵 瑾 版面设计: 张宝英

营销推广: ONEBOOK 装帧制造: 墨白空间

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街 83 号楼 9 层 100088)

三河市祥达印刷包装有限公司印刷 新华书店经销

字数 185 千字 690×960 毫米 1/16 12.5 印张 插页 2

2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5502-5338-4

定价: 29.80 元

后浪出版咨询(北京)有限责任公司常年法律顾问: 北京大成律师事务所 周天晖 copyright@hinabook.com

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本公司图书销售中心联系调换。电话: 010-64010019

前言

对于有志于踏入视听娱乐行业的人来说，这本书既是工作指南又是实践手册。视听娱乐包括电影、电视、短片、音乐录影带、网络剧集、移动终端视频，以及其他在网络媒体上播映的内容。我们将讨论影视制作（真人及动画）的编剧、表演、导演、制片及制作过程中的其他相关领域。在本书中，你将会找到以下问题的答案：如何与你的创作盟友沟通并阐释你的创作意图？如何管理团队成员？如何与投资人大交道？如何在摄影机前后复杂的层级工作结构中顺利转换角色？

数年前，《纽约客》（*New Yorker*）杂志曾刊登一幅讽刺漫画，画中两只身着人类服装的海豹站在他们的表演道具“三只喇叭和一堆球”之前，一只海豹对其同伴说：“当然了，其实我最想做的是导演。”

导演通常就是扮演“包工头”、“监理”和“领头人”的角色。想做导演的人，往往偏好“权力”，并有较强的“控制欲”；想做演员的人，乐于扮演“取悦他人”的角色，热衷镁光灯和他人的关注，并通过赋予角色生命力而获得满足感和成就感；编剧则愿意扮演故事叙说者的角色，执迷于掌控文字，并用文字构筑起充满质感的生活。

这本小书将为庞杂的问题提供答案，给简单的事物找到捷径，例如：帮助你在处理好与上司及下属的关系的同时，还能充分享受到创作过程中与他人协同合作的乐趣。

但是，读者也必须知道，一本书绝不可能充分地涵盖方方面面。但通过阅读本书，你将会汲取到一些“硬知识”^①，并通过一些特定

^① 所谓硬知识，就是你在学校里学到的各种知识和技能，是可以用语言文字等描述和表达的；所谓软知识，是那些只可以意会而很难表达的学问，是在长期实践中总结和体会出来的学问。——译者注

的实例，学习如何胜任编剧、导演、表演或制片的工作。为了能够达到精专的程度，读者还需要书本之外的东西——经验。书本并非经验的替代品，但在你找到能让自己倾注灵感和激情的实践工作之前，书本的确是你可以信赖的“替代品”。

对于导演而言，本书可作为工作手册，对于电影学生和其他有志于电影创作的人来说，本书则可作为入门指南。随着对本书的不断编辑，我们越发认为对读者而言，这本书广泛涵盖影视创作各个领域的知识和洞见，这非常重要。在编写过程中，我们还引述了许多“军事隐喻”（military metaphor），但我们并非好武的军事家或者“自反式”（reflexive）^①的专制独裁者，只是在阐述的过程中，我们不得不反复谈及娱乐产业所特有的规则和复杂的层级管理结构。可见，娱乐行业的前辈们总把行业外的人比喻为“庶民”（civilian）是有其原因的。就像军队或者教堂一样，娱乐行业所仰仗的是“感召”（calling）：极少有人是纯属偶然地踏入这个行业，大部分人都是受到使命感的“感召”而自愿投身这个行当，很少有人是被迫的。

如果你想成为一位导演，你将会成为一切的中心，但是谨记一点：靶心上画的公牛眼睛也是一切的中心——这双眼睛同时也是众矢之的。如果这样的比喻还不够形象生动，那你还可以这样想想看：身居高位意味着众星拱月，俗话说“水能载舟亦能覆舟”，而站得越高也会摔得越狠。一旦你站在顶端，避免摔下的唯一方法就是埋头往上（前）走。演员拉里·汗金曾说：“竭尽全力是让你前进的唯一方法。”

如果你享受身居高位和成为中心的感觉，或许从气质上来说你的确适合当导演。但首当其冲的，你还必须知道，光凭一己之力是无法完成导演的工作的。

① 某事物在追求其自身目标的过程中酝酿了另一事物，使其能够反作用于自身并使自我要么更加强于追求目标要么被它消解。——译者注

你的工作建立在编剧业已完成的剧本之上；你的想法要通过演员来实现——他们利用自身特有的才情赋予角色血肉之躯；此外，你还要和一个制作团队来一起攒起项目的方方面面，它们包括：融资，它使你得以站在摄影机后面大呼小叫；组建摄制组，找到能胜任其他技术工种的剧组成员，帮助你打光、掌机、剪辑和配乐。没有人能够仅靠个人的力量完成一部电影，除非他（她）是一位只要和摄影机做搭档，与世隔绝、独立专注工作的动画师。

一位伟大的导演^①曾说过：“世上存在两类艺术家：一类是原创艺术家（artist of absolute creation），另一类则需要在他人的作品的基础上进行再创作。我们导演的工作就是理解这些原创艺术家的所作所为，并将其理念和意旨传达给公众。杰出歌剧《唐璜》的导演无论如何也不可能跟莫扎特相提并论。当下，在‘诠释的艺术’（the craft of interpretation）领域有人在妖言惑众，放言道我们自己能够达到、甚至超过莫扎特或者莎士比亚的艺术成就。”

简而言之，编剧和作曲家是原创艺术家，导演和演员是诠释艺术家，在诠释艺术家的行列中，导演是领头羊。正如导演塞缪尔·富勒（Samuel Fuller）所言：“导演的职责是自始至终铭记故事的核心，并为那个让他振奋的故事画上圆满的句号。”换言之，导演是那个把握住统一视觉风格的人。

同时，在认识到导演是诠释艺术家之后，我们还会发现，一些电影导演基于其自创的剧本，一人包揽导演、剪辑、配乐，甚至照明的的工作，不断地巩固并强化其想表达的主旨，从而使其作品带有明显且独一无二的个人烙印，法国人将这类导演称为“作者导演”（auteur）。依据该理论，以下耳熟能详的名字经常被归于此范畴之内：希区柯克、

^① 乔治·斯特雷勒（Giorgio Strehler），意大利戏剧导演、米兰剧院创始人、斯卡拉歌剧院总经理、欧洲剧院（Theatre De L' Europe）导演，以上生平引自《纽约时报》刊登的讣告。

约翰·福特、萨姆·佩金帕、特吕弗、费里尼、安东尼奥尼、罗伯特·奥尔特曼、黑泽明以及英格玛·伯格曼。

此外，还有一些名气稍小，但可根据剧本需求不断转换风格的天才型导演（大部分出自大制片厂时代），如：迈克尔·柯蒂斯、维克托·弗莱明、约翰·理查德·施莱辛格、亚历山大·麦肯德里克、弗雷德·齐纳曼、西德尼·吕美特以及伊利亚·卡赞。当然，还有一类导演，他们拍摄出独树一帜、极富原创价值的作品，从而跨越了“作者导演”和“工匠导演”（journeyman）之间的藩篱，这类导演有：李安、伍迪·艾伦、迈克·李、斯坦利·库布里克、弗朗西斯·科波拉以及天赋异禀的史蒂文·斯皮尔伯格。以上只是瀚海拾贝般地提到寥寥数位导演，至少还有数百位杰出的大师是值得你从其作品中汲取灵感的。

“不积跬步无以至千里”，人类的历史就是积少成多的演进过程。正如婴孩学步一样，你可以找一些打动你的电影，然后对其进行模仿——就如学习艺术的学生临摹大师作品，抑或年轻的喜剧演员模仿一位成功前辈的经典套路以表达其致敬之情。电影创作者的灵感可以来自于大师前作的任何一个细节：一种视觉风格（想想约翰·福特和大卫·里恩的镜头运用），一种语言表达方式（伍迪·艾伦的满腹牢骚，迪亚布罗·科蒂^①笔下的青少年），通过激发演员的即兴潜能来共同发展故事（迈克·李），怪诞的夸张手法（费里尼的《罗马风情画》[*Roma*, 1972]、蒂姆·伯顿的黑色童话、沃卓斯基兄弟的《黑客帝国》[*Matrix*, 2002]、昆汀·塔伦蒂诺镜头下的“混蛋们”，以及马丁·斯科塞斯刻画的黑手党家族）。

我在本书附录中整理了一份数十年来制作的经典影片的参考片单（reference）；这些影片的详细信息均被分门别类地记载于网络数据库（如IMDB.com），以及一些标准化的观影指南中（莱昂纳多·马丁

① 迪亚布罗·科蒂，《朱诺》（*Juno*, 2007）编剧兼导演。——编者注

[Leonard Martin] 的观影指南是最畅销的，但像绝大多数的影评人一样，他通过导演来区分电影作品，而忽略了编剧作为创作者的重要性，虽然编剧的名字也出现在影片介绍中)。更重要的是，该片单中提供的影片基本上你都能找到片源，如果你发现名录中有自己没看过的影片，我们强烈建议你尽己所能想办法看到这些片子，当然，你可不要购买盗版或者非法下载，因为这样做会损害版权所有者的权益。片单中的某些杰作主要就是通过其播映渠道获利，尤其是那些以影院放映为主要阵地的影片。详细的参考片单请见附录五。

在这本书里，我们将会讨论作为一名电影创作者，你可能会遇到的各类挑战。这些挑战将包括：如何应对时间和预算的限制；如何把握住推进故事发展、丰富故事内涵的影像画面（visual）；如何与演员和其他剧组成员合作，因为他们的贡献对最后的成片至关重要。你解决问题的方法将会决定作品的最终面貌。观众也许永远也不会亲历你遇到过的麻烦事儿，但他们都会尊重你的作品。正如虽然很少有人愿意听母亲们讲述其生产时的痛苦经历，但每个人都会喜爱初生的婴儿。记忆是昨日不完美的日志，但当我们努力回想时，总有一些值得我们铭记的东西还未被时间冲淡。

目录

Contents

前 言	1
第 1 章 成为“包工头”	1
第 2 章 剧组的人际关系	9
第 3 章 组建团队	17
第 4 章 你是哪种类型的导演或领头人？	33
第 5 章 编剧及剧作	49
第 6 章 学点经济学	63
第 7 章 广告和商业短片	73
第 8 章 片场中面临的身心挑战	79
第 9 章 当事态不妙时	89
第 10 章 演员和表演	95
第 11 章 笑傲群演乱舞时	129
第 12 章 将即兴作为工具	137
第 13 章 纪录片	145
第 14 章 真人秀：不伦不类	155
附录一 演员角色简介工作表	161
附录二 演员角色动机清单	163

附录三 表演类专业术语简表·····	165
附录四 演员角色小传工作表·····	167
附录五 推荐片目·····	169
出版后记·····	188

第 1 章

成为“包工头”



《浴血黑帮》（*Peaky Blinders*, 2013）

为了开篇明义，我们先假设你已经戴上了“导演”的帽子——不论你是受雇于他人而接受这份工作，还是决定做自己的片子，或者是有一个团队（不论是与他人合作 [cooperative] 还是集体创作 [collective]）推举你当上导演，并承担这份责任。那么接下来你该怎么做？

这里有一份清单，列出了你进一步开展工作所需要逐个实现的目标：

- ✓ 一份剧本
- ✓ 一位制片人
- ✓ 一位法律顾问
- ✓ 一台摄影机
- ✓ 演员
- ✓ 剪辑师
- ✓ 剧组成员
- ✓ 时间
- ✓ 资金

一旦你的合同得到了律师的肯定，你就可以指着摄影机，在剧组成员的帮助下，拍摄演员照着剧本表演的片段。接着，你将对拍摄素材进行剪辑，直到你的制片人确定你们已经在时间和资金上弹尽粮绝，这时候你可能会想当然地觉得这个项目算是完成了。那么接下来呢？你还需要做更多的事，这里列出了另一份清单：

- ✓ 更多的法律顾问
- ✓ 发行渠道
- ✓ 销售代理
- ✓ 营销方案
- ✓ 一位公关人员
- ✓ 会计

你的制片人将会找到一位有各路发行渠道的发行商、一位提供营销方案的销售代理，以及一位公关人员——这个人能够带来获得律师和会计肯定的收益渠道。

你也会发现自己周遭将会围绕着两类同侪：第一种人，总能与你的想法不谋而合，并且能将你的点子发扬光大；第二种人，有其独特的视角和观点，能考虑、选择或是接受。不论你处于以上两种情况中的哪一种，电影都是团队合作的结果，这一点你必须谨记。

以上两份清单中的许多项目会发生重叠。因为现实总是能一次次战胜精简的清单。拥有一个摄像头和一台手提电脑，你就能够写出自己的剧本，然后将其投入制作，自己来扮演主角（或者是所有的角色，只要你愿意），一人身兼数职地完成其他方方面面的工作。你唯独不能一人包揽的工作就是法律顾问，正如一句俗语所说：“如果谁在法庭上不请律师，而自己为自己辩护，最终总是会出尽洋相。”除非迫不得已，要不然就请永远不要一个人去战斗。你当然可以一个人做其他所有的事情，但跟别人一起合作会让工作变得更有趣（当然也会更复杂）。如果你缺一位专业的经理人，那么身边一位头脑敏捷、深谋远虑的朋友就可以担当起这个角色。在任何情况下，自己跟自己谈判总是最有挑战和最容易一败涂地的。那么到底应该怎样着手拍电影呢？咱们先来看看历史是怎么告诉我们的。

大多数有关电影理论和实践的教科书都假定读者对电影发展的进

程感兴趣（其实很枯燥，不信你继续看下去）。纵观历史，电影的诞生其实很简单：一群无政府主义的展览商人（他们也是镍币影院和电影屋[movie house]的所有者）携手进行资源的优化整合，目的是为新的投机行当供应源源不断的产品。他们成立公司实体，建立起庞大的院线联盟，修建宏伟的制片厂，并且在北美和全球的主要市场中都享有销售份额。他们对这门“生意”进行体制化改革，最终发展成为“大制片厂制度”，也被称为“好莱坞”。在全球范围内，这一成长模式被不断复制，每个国家都发展出了不同版本的“好莱坞”。历经发展，大制片厂制度的继承者们在江湖上称王称霸，发展成为响当当的行业巨擘，诸如美国的派拉蒙（Paramount）、福克斯（Fox）、环球（Universal）、华纳兄弟（Warner Brothers）、雷电华（RKO）、哥伦比亚（Columbia）和米高梅（MGM）；法国的高蒙（Gaumont）、卢米埃尔（Lumière）、兰克（Rank）、奥登（Odeon）、百代（Pathe）；日本的东宝（Toho），德国的乌发（UFA）等。它们中的一些是没有院线的制片公司（如环球、联艺和哥伦比亚），但大多数都保持着一种近乎垄断的经营方式，拥有完整的制片和发行渠道。时至今日，电影行当中的一些行话和惯例，都能在第一次世界大战（1914—1918）前后数十年的电影历史中找到根源。

接着，我们便迎来了一项开创新纪元的科技创新——无线电，这项成果也最终促成了电视机的出现。电视机的销售量剧增，其播映的内容也因为有赞助商的支持而变成电影的免费替代品。早期因为明星们的跨领域、多栖发展而曾涌现一派协同增效景象：电影明星做客广播网络节目，广播明星升班到电视上露脸，一些电视和广播明星最终还发展成了电影明星。所有的广播媒体吸引了大批曾靠歌舞杂耍表演谋生的艺人，并组成了庞大的演员人才库。歌舞杂耍表演，作为一种大杂烩式的表演艺术形式，兴起于电影出现之前，并在电影兴盛时与之并存过一段时间。但最终，剧院老板们着迷于电影机械式的精准，

厌倦了伴随歌舞杂耍而来的麻烦的演出契约、排练剧目和培养演员，况且昂贵的演员们在体力上永远无法像电影那样每天放映五场，一周上映七天，并不停地在各地周折、巡回播映——这一切最终使歌舞杂耍步入消亡。与电影一样，歌舞杂耍表演和现场戏剧表演都曾整合发展成一个成熟的工业化模式（如基思—阿尔比剧院 [Keith-Albee]、奥芬巡回剧团 [Orpheum Circuits]、舒伯特剧院 [Shubert Theatre] 和潘塔基斯剧院 [Pantages Theatre]），且早期的“电影宫”（movie “palace”）也会安排歌舞杂耍表演。直到 20 世纪 30 年代，歌舞杂耍退出历史舞台，电影控制了美国的各个城市。具备良好声线和粉丝基础的歌舞杂耍明星纷纷成功地转型为广播电视、电影明星，从而为世人留下了鲍勃·霍普（Bob Hope）、杰克·本尼（Jack Benny）、艾德·温（Ed Wynn）、雷德·斯凯尔顿（Red Skelton）、乔治·伯恩斯（George Burns）和格雷西·艾伦（Gracie Allen）等其他数以百计的、耳熟能详的名字。而一些早期著名舞台剧演员的经典个人秀，如马克斯兄弟、W.C. 菲尔兹、梅·蕙丝等，则直接被改编成电影作品，同样也都获得了巨大成功。

歌舞杂耍、电影、广播以及电视都经历了体制化的整合革新，发展成为公司架构，赚取巨额利润，并和他们传统行业的“表亲们”（如机械制造、石油、天然气、交通、医药、公共事业等）一同登上了道琼斯指数的显示屏。他们结成工会联盟以携手创新和遏制行业垄断，他们的股票在全世界的金融交易所中公开发售。

最终，就像在银河和太阳系中所发生的那样，不断商业化发展的大众娱乐产业不断膨胀，继而发生紊乱、爆炸、分裂、聚合、重组，从而为那些有才华、有目标和有独特产品的人敞开了一扇大门。如上文所写，在 21 世纪的第二个十年，这种聚变重组的进程以惊人的速度进行。我们仿佛回到了早期的革命年代，成千上百的“异形们”不断群魔乱舞般地繁殖、突变，开创出新种类和新形式，成功地冲破了

既有的藩篱。

旧式庞大的制片厂陷入了经济危机：新的发行方式开始涌现，它们能免费地、或以几乎自断后路的便宜价格创造或发行内容产品；由经纪公司、经纪人、演员、买家以及制片人组成的等级结构，已经步入自我瓦解的境地。“协同生效”和“混乱瓦解”并存，“泡沫”和“崩溃”无处不在。

通过以上对历史的回顾，我们了解到个体是如何在混乱中奋力抗争并最终努力发声的。那么作为电影新人，你该如何开启职业生涯？更确切点儿说，你需要做什么来打开局面？请原谅我们费了那么多口舌去讲述这些可能显而易见的历史常识，但考虑到每个人的背景和教育程度千差万别，我们还是觉得摆一些史实、讲一些道理，对于即将扬帆起航的你来说颇有裨益。

言归正传，接下来的内容将告诉你该如何开始：

- 掌握除拍电影外的另一项生存技能，或者以另一种行当来谋生。这样能够让你在头几次拍摄失败后不至于穷途末路，还能让你安心地在过渡期里不断充电和强化技艺，直到其他人意识到你的价值。此外，这也能让你积累到更多的资源，用来为你将来的电影项目自筹融资。
- 忽略上段话中可能带给你的有关失败的消极暗示，对自己的才能和战胜困难的能力一定要有不可动摇的信心。
- 学习那些常被人鄙夷的社交技能，比如网罗关系、政客式的拉票竞选、厚着脸皮的自我推销。你不能控制别人在背后怎么说你，但你永远可以主动或者被动地给自己说说好话。当然，懂得何时闭嘴也很有必要。
- 在你实施以上第一到第三段内容的同时，请尝试寻找一个“项目”。这可以很简单，比如你自己来创作——写一个故事、说

一个笑话，或者找到一个让你着迷的对象，它可以是一种动物、一个人，或者是一项能让你倾注精力的活动。

- 要相信你自已能在任何地方找到灵感和创造力：梦境、建筑、一位喋喋不休的陌生人、一次奇怪的遭遇、一个气氛诡谲的场景、不同寻常的举止，甚至是……真实的生活（个人的经历、一则新闻、一次历史事件）。
- 发展你的项目：赋予它样式、形状、质感。用气氛、情感或主题使其具象化。至少，在别人向你提出诸如“这些天你在干嘛？”这样的问题时，你要能够用简短的话语将其描述清楚（“我读了一本书，故事讲的是一条鲨鱼让一个平静的旅游小镇陷入恐慌，三个年轻人决定乘一艘渔船将其猎杀……”参见电影《大白鲨》[*Jaws*, 1975]）。
- 让更多的人参与进来。你可以攒一帮同学或赋闲的朋友来组成一个剧组，或者是将你的想法在一帮投资人或发行商面前成功地进行提案阐述（pitch），当然还包括其他介于两者之间的形式。你可以自己想办法为一个小制作融资，并且寄希望于借此吸引更多的资金将其重拍得更好；你还可以带着剧本参与剧本朗读会，总之就是让自己的剧本流通到希望阅读到它的人手里。不论通过何种途径，请务必在心里怀有不可动摇的信念，相信这部影片有制作出来的可能性和必要性。至少也要假装是这样。
- 要懂得什么时候在一个项目上就此打住，转而开始另一个新项目。总会有一天，没有人愿意再听你推销游说自己的项目了。那么就先将其搁置到一边吧，开始着手另外一件事。要知道，你是一个充满创造力的人，除非你是偏执狂或者有强迫症，不然你就不可能一辈子只有一个点子。好的创意和项目永远不会绝迹，它们只不过会暂时沉睡一阵子，等待对的时机或