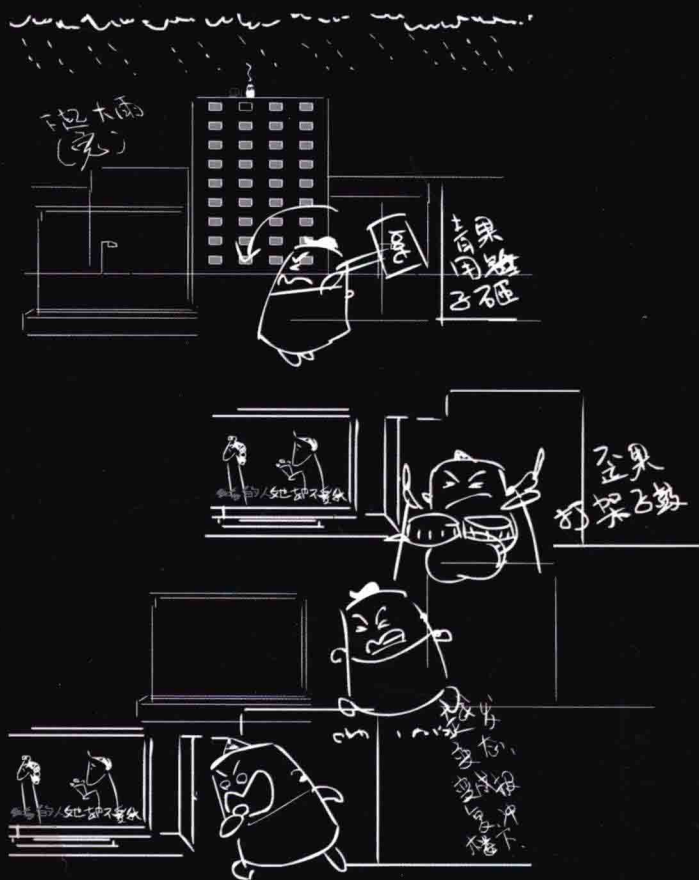


隋龙生 / 著

FLASH动画短片制作

——《三果演益》创作谈



黑龙江美术出版社



FLASH动画短片制作

——《三果演益》创作谈

隋龙生/著



黑龙江美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

FLASH动画短片制作:《三果演益》创作谈/隋龙生编著--哈尔滨:
黑龙江美术出版社, 2014. 7
ISBN 978-7-5318-4610-9

I. ①F… II. ①隋… III. ①动画制作软件 IV. ①TP391. 41

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第063213号

书 名: FLASH动画短片制作:《三果演益》创作谈

编 著: 隋龙生
责任编辑: 彭宝中
出 版: 黑龙江美术出版社
地 址: 哈尔滨市道里区安定街225号
邮 编: 150016
经 销: 全国新华书店
发行电话: 0451—84270525 84270522
网 址: www.hljmscbs.com
制 版: 黑龙江美术出版社
印 刷: 廊坊市晶艺印务有限公司
开 本: 787mm×1092mm 1/16
印 张: 10. 5
版 次: 2014年9月第1版
印 次: 2014年9月第1次印刷
书 号: ISBN 978-7-5318-4610-9
定 价: 48. 00元

本书如发现印装质量问题, 请直接与印刷厂联系调换。

内容简介

《FLASH动画短片——〈三果演益〉创作谈》并不是目前在市场上已大量出版的FLASH“使用说明书”，也不是“动画理论知识读本”，而是作者以原创动画短片《三果演益》的创作作为切入点，重点介绍动画短片创作的思路、过程和办法，以及如何更加恰当、更加科学地运用FLASH动画制作软件。

这些经验和做法可以帮助读者进行动画短片创作，更好地理解并灵活应用FLASH制作动画的方法与技巧，大大提高学习效果。全书共分九章，包括公益动画广告概述、影片策划、剧本创作、美术设计、分镜头台本、主要角色八视图、主要角色的基本动作、镜头制作和后期制作等内容。

本书可作为职业院校二维动画项目设计、制作方面的实训教材，也可作为动漫爱好者的自学和参考读物。本书尤其适合已初步具有FLASH动画制作基础、致力于短片创作的读者借鉴和参考。

序

公益动画广告是一种特殊的动画短片，《三果演益》算作公益题材的一分钟左右的超短片，但算不上典型意义的动画短片。整理第一章文字时发现我们的逻辑并不严密，文字没法儿纠结。用文字的方式来做成册子对我这种功底的人来说简直是自讨苦吃。

还是得用这样的方式。这几年做了不少的短片，很忙。过后都忘了忙的过程。这一次是做了十集片子就停了下来，一边整理一边完成了这本小册子，回顾和整理资料，比较详细地谈了我们的思路、想法和做法。直接的目的是作为工作室教材留给以后续做这个片子的学生使用，对于他们来说理解这些思路、想法和做法非常重要。假如有学生续做的话。

当然，我们相信这个小册子对于想做类似动画短片的人们有一些参考价值。

感谢校领导给予工作室的大力支持，几年的探索和实践让我们获益匪浅！感谢杨宁副校长的指导以及关键时刻给予的坚定支持，让我们得以追逐原创动画的梦想。感谢教学处各位主任的帮助，我们一同走过了那么多艰难的日子。

感谢职教中心魏哲老师一直给予的指导和关怀。

感谢各部门领导和同事们。

魏哲





目 录

第一章 公益动画广告概述

一、动画短片	2
二、FLASH动画短片	3
三、公益动画广告	5
四、文明城区建设公益动画广告	7

第二章 影片策划

一、项目策划	12
二、创意构思	13
三、文案	16
四、制作流程	18
五、创意衍生产品	20

第三章 剧本创作

一、确定主题	26
二、故事梗概	26
三、《扰民》剧本创作	28
四、《彩钢房篇》剧本创作	32

第四章 美术设计

一、角色造型	38
二、表情设计	46
三、场景设计	50

第五章 分镜头台本

一、画面分镜头	64
二、动态分镜	82
三、试验性镜头	84



第六章 主要角色八视图

一、基础人的绘制	88
二、基础人八视图	90
三、主要角色八视图	93

第七章 主要角色的基本动作

一、基本动作分析	98
二、基本走路动作	100
三、基本跑步动作	104
四、两臂后摆方式	106

第八章 镜头制作

一、镜头制作综述	110
二、镜头制作实例	114
三、动作要做到什么程度	118
四、歪果的标志性动作	120
五、小狗的奔跑	122
六、群众演员的设计制作	124
七、绘制方法提示	128
八、片头制作	130

第九章 后期制作

一、后期制作综述	134
二、后期制作实例	135

附录：海之教数字媒体艺术工作室

一、工作室的组建	152
----------	-----





目 录

二、动画短片制作实训课程开发·····	154
三、工作室部分作品·····	155

公益动画广告概述

第一章

一、动画短片

二、FLASH动画短片

三、公益动画广告

四、文明城区建设公益动画广告

公益动画广告，是指不以营利为目的，采用艺术性的表现手法，以动画的形式作为宣传手段，向社会公众传播对其有益的社会观念，以促使其态度和行为上发生改变的动画产品。

近年来，越来越多的公益动画广告透过电视、网络等媒体走进人们的生活。这些公益片主题涵盖社会公德的很多方面，大到人间关爱，小至家庭伦理，文明习惯、环境保护、安全常识、素质养成等不同题材均有涉及。它们主题明确、内容易懂、用时不长，非常贴近日常生活，在潜移默化中改变着人们的思想观念和生活习惯。

公益动画广告是一种特殊的动画短片，选择使用FLASH软件来进行制作则是目前比较流行的一种方式。

一、动画短片

动画，英文“Animation”一词源自于拉丁文，意为“灵魂”。动画是一种综合艺术，它集合文学、绘画、漫画、电影、摄影、音乐等众多艺术门类于一身。动画是投放梦想的事业，动画设计者可以通过动画这种综合艺术实现自己的梦想，赋予对象以灵魂和生命，使之成为“一种具有社会审美属性的意识形态”。

我们要做动画短片。



1907年，由美国人布莱克顿拍摄完成的《一张滑稽面孔的幽默姿态》是被大家公认的世界第一部动画短片。这个动画只有短短的5分钟左右，用于电影前的加演。

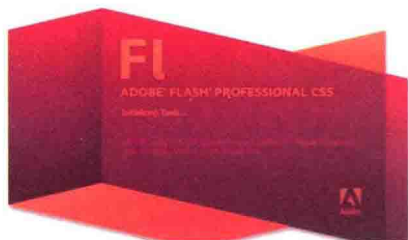


动画有很多种分类方式，从制作技术和手段上可分为以手工绘制为主的传统动画和以计算机为主的电脑动画。从空间的视觉效果上可以分为二维动画和三维动画，家喻户晓的flash动画就属于二维动画，而三维动画则主要是用maya或3DMAX等软件制作而成的。我们所说的动画短片则是根据播放时间长短来进行分类的。

动画短片相对于动画长篇而言一般时间远远少于正常电影，通常在30分钟之内。

虽然都是短片，但是长度的差别也有细分。20分钟以上的短片，其剧本的结构方式就比较像电影了，故事情节会多次出现起伏，有的除了主线索之外，还有副线索。3分钟到10分钟左右是最常见的动画短篇长度，可以讲一个比较完整的故事。1分钟左右的动画我们称为极短片，结构通常被简化成制造悬念和情节突变这两大部分。

俗话说“麻雀虽小，五脏俱全”，动画短片由于时间的限制，对设计者的功力和想象力是一种挑战。在当今动画长片颇为盛行的年代里，动画短片以其鲜明的艺术特点，成为动画公司进行研发，工作室创作，院校教学中喜欢采用的动画创作形式，具有独特的魅力和吸引力，保持着顽强的生命力和鲜活的状态。



为什么选择FLASH?



二、FLASH动画短片

FLASH软件是由美国MACROMEDIA公司推出的一款多媒体动画制作软件，2001年前后，开始在中国的动画市场风行。这一优秀的矢量动画编辑工具给我们带来了强有力的冲击，使我们能够轻易地将丰富的想象力可视化，FLASH已经成为了一款独立的二维动画制作软件。

现如今，在公交、地铁、楼道和银行的服务大厅等等场合FLASH动画已经随处可见。很多电视台也都在播放由FLASH制作的动画片，如热播的《快乐驿站》、《喜羊羊和灰太狼》等，都受到了业内人士及大众的一致好评。可

见，FLASH动画已经深入人们的日常生活，中国电视观众也完全接受了FLASH动画这种艺术表现形式。



《快乐驿站》是中央电视台综艺频道2004年10月8日推出的一档日播动漫栏目，每集10分钟。栏目开播以来，深受观众欢迎，已经成为具有文化影响力的成人动漫品牌栏目。

在道德文明建设中，广告起到了很好的弘扬和宣传作用，其中受众最多的互联网和公共场所中随处可见的公益广告，绝大多数是使用FLASH动画形式来实现的，其宣传效果也是非常突出的，FLASH公益动画广告已经悄悄地成为传播道德文明的新途径、新亮点。

1. FLASH动画广告受网络资源的制约一般比较短小，利用FLASH制作的动画是矢量的，无论把它放大多少倍都不会失真。而且FLASH动画可以放在网上供人欣赏和下载，由于使用的是矢量图技术，具有文件小、传输速度快、播放采用流式技术的特点，因此动画是边下载边播放，通常情况下我们是根本感觉不到文件的下载过程，所以FLASH动画广告在网上被广泛传播。

2. FLASH动画比传统动画在工序流程有一定简化和较多的削减，制作成本非常低廉，只需一台电脑，一套软件，作者就可以制作出绘声绘色的FLASH动画，大大减少人力、物力资源以及时间上的消耗。在中国动画市场资金短缺的环境下，FLASH动画非常适合中国的国情。

FLASH软件操作简单，容易上手。FLASH动画大都动作设计简单、背景制作简单、故事结构也相对简单。很多人没有美术基础、没有经过专业训练，通过自学也能制作出很不错的FLASH动画作品。

3. FLASH动画广告较比其它广告具有更佳的视觉冲击力，它能够将其整体节奏控制的恰到好处，让人过目不

忘。虽然相较于传统动画来说，在画面动作衔接上不太流畅，略显粗糙，但FLASH动画它有其特有的视觉效果，它在动画制作上较其他软件有很多优势和独到之处，画面往往更夸张起伏，以达到在最短时间内传达最深感受的效果，其逼真的形象，幽默的艺术特性适应了现代观众的审美需要。

通过动画短片制作的学习和实践掌握FLASH动画技术，学生会面对比较宽泛的就业面，FLASH动画有非常广阔的应用范围，如影视、网络广告、音乐唱片、游戏、课件，手机彩信、无线通讯等。



原创动漫公益广告剧《可可小爱》，以清新时尚、活泼可爱的动漫宝贝可可和小爱，来演绎公民道德、生态环保、人文关怀、文明礼仪、少儿品德培育、安全教育等爱心公益主题故事。为全国首部500集大规模、定位“弘扬美德、传播文明”的爱心公益动漫品牌。

三、公益动画广告

公益动画广告是动画技术在现代广告中的运用，是动画产业和广告产业相结合的产物。动画广告超越了胶片拍摄的束缚，通过对想象力的展现，在激发观众兴趣、感染观众情绪、传播广告信息方面显示了不凡的魅力。动漫公益广告的出现，极大地拓宽了创意的视野，同时也增强了广告的观赏性。

这几年公益动画广告已经非常流行。各个电视台除了自身的宣传片还把一些关于环境保护、生态平衡等有关公共事业的话题也通过动漫的形式向观众展出一种出其不意的效果，从不一般的角度来把一项公共事业推广开来。这样的表现形式褪去了原有的公共广告说教的态度，用活泼的叙事方式来引导一种健康、合理、积极向上的生活习惯和生活态度。



公益动画广告经常成为学生创作的主题——无论是参加各类动画比赛还是教学成果展示的需要。

公益动画广告的传播效果一是传播范围广、跨媒体性强。其作品除了可以在互联网上进行传播还可以在电视、楼宇广告、手机等载体上进行发布、传播。二是形象生动、视觉冲击力强。动漫公益广告崭新的视觉效果比传统动画更加灵巧，人物表情丰富、动作夸张能有效吸引受众注意力，增强宣传效果。三是时代特色鲜明，宣传效果好。媒体技术的发展给动漫带来巨大的发展机遇，无论是从电影到电视还是到互联网和移动通讯，都给动漫带来了跨越传统的动力。

动画与广告的结合，已成为了一种大众喜爱的文化传播形式，这种新形式的广告与传统的广告形式相比，有着自己的独特规律和适用情况，其形式新颖，有较大的发展空间，两者的结合构建了一个互惠互利和双赢的舞台。



动画短片《绿豆蛙之公益系列》讲述绿豆蛙在公共生活中所发生的各种巧事，出其不意的遭遇让你爆笑不断。

这不是绿豆蛙吗？



使用FLASH动画形式来表现公益广告是目前比较流行的一种方式，具有效果突出、夸张有趣、形式生动、简洁易懂、制作方便等多种优势。我们制作的《三果演益》就是使用FLASH软件制作的动画公益广告，我们希望以柔性方式来宣传文明行为，通过搞笑的情节、幽默的语言，站在市民自身立场的角度来进行劝导，制作高质量的公益动画广告。



为创建文明城区策划的FLASH动画短片。



四、文明城区建设公益动画广告

随着时代的进步和人类文明的发展，城市人口在急剧增加，但城市空间是有限的，城市资源也是有限的，人口的高速增长与城市发展之间的矛盾日益加重，人们的不文明行为也在加快对城市的破坏。如何进行合理的城市建设，将它打造成宜居城市已经逐渐被提上了日程。

当然很多情况下人们的不文明行为都发生在不经意之间，如何让大家随时保持警惕提高人们的文明意识成为了一个新的难题。

在制作《三果演益》之前，我们为创建文明城区策划了FLASH动画短片。它以轻松搞笑的情节和活泼可爱的人物形象，配以公益超人（吉祥物）的宣传讲解，在片尾加入宣传语（可以设计为俏皮的），使人们深刻意识到不文明行为不但对城市的发展产生了严重的阻碍，而且真真切切的影响着人们的正常生活。目的是在潜移默化中增强人们的文明行为意识，真正做到人人为我，我为人人！

公益超人：以吉祥物的形象出现，每当不文明行为出现他就会及时制止，每当有人需要帮助的时候他就会出手帮忙。下面是几个故事梗概：

1. 公共场所大声打电话

几个人在公交车站排队上车。走上一位孕妇，小朋友赶紧让座，后面的老大爷赞许地点点头。老大爷后面有一名时髦的男青年电话响了，青年大声接电话，声音传到老大爷耳朵，老大爷心里发慌，手捂胸口。声音传到孕妇耳朵，孕妇肚子颤动，手捂肚子。司机烦躁，一个刹车。车

厢内宣传画上的欢欢跳下，用胶带堵上青年的嘴，手指宣传画。青年不好意思地挠挠头，车厢里众人笑了。

2. 行人闯红灯

十字路口，绿灯闪亮，行人匆匆通过。欢欢看见步履蹒跚的老奶奶欲过，便上前搀扶。绿灯此时变红，欢欢搀扶老奶奶停住脚步。一名头戴耳机的青年，走路像是跳舞，闭着眼睛，陶醉在音乐中，没有看到红灯，仍欲行。欢欢眼疾手快，一下拿掉青年的耳机，青年怒。欢欢手指红灯，青年恍然，不好意思地向欢欢微笑表谢意。绿灯重新亮起，青年和欢欢一起搀扶老奶奶过马路。

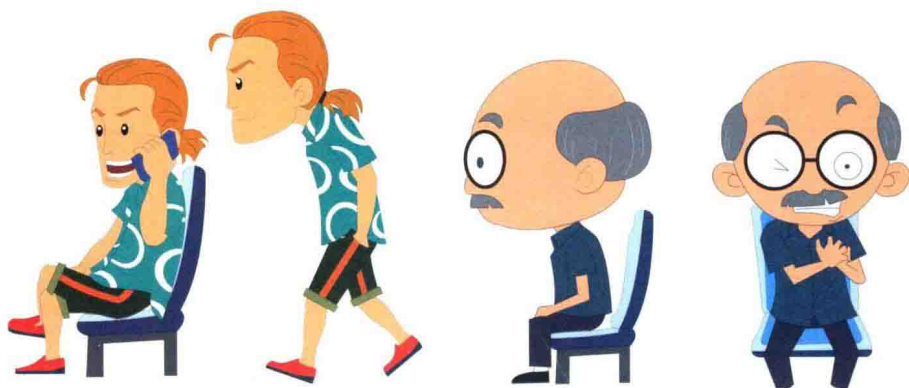
3. 公共场所吸烟

在一个饭馆里，一个男子不断的抽烟，烟雾弥漫着整个屋子，旁边的人被呛的直咳嗽，有个娃娃大哭。公益超人出现，他呼出一口气，大风吹走了烟雾吹歪了男子的头发，男子正要发飙，公益超人指指旁边被烟熏的人，男子不好意思的低下头用力踩灭了烟头。



两组角色造型设计。





这是我们为创建文明城区策划的FLASH动画短片做的一组角色造型设计。



“公共场所大声打电话”分镜情况。