

Media

TECHNOLOGY

传媒典藏

写给未来的电影人·编剧系列

编剧的言外之意

[美] Dr. Linda Seger 著 徐晶晶 译 剧本潜台词创作



人民邮电出版社

POSTS & TELECOM PRESS

写给未来的电影人·编剧系列

WRITING SUBTEXT

What Lies Beneath

编剧的言外之意

剧本潜台词创作

[美] Dr. Linda Seger 著 徐晶晶 译

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

编剧的言外之意 : 剧本潜台词创作 / (美) 赛格 (Seger, L.) 著 ; 徐晶晶译. — 北京 : 人民邮电出版社, 2015. 2

(写给未来的电影人. 编剧系列)

ISBN 978-7-115-37649-7

I. ①编… II. ①赛… ②徐… III. ①电影编剧—创作方法 IV. ①I053.5

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第281863号

版权声明

WRITING SUBTEXT: WHAT LIES BENEATH By DR. LINDA SEGER

Copyright: © 2011 BY DR. LINDA SEGER

This edition arranged with MICHAEL WIESE PRODUCTIONS

through BIG APPLE AGENCY, INC., LABUAN, MALAYSIA.

Simplified Chinese edition copyright:

2015 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] Dr. Linda Seger
译 徐晶晶
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: 8 2015年2月第1版
字数: 138千字 2015年2月河北第1次印刷
著作权合同登记号 图字: 01-2012-2981号
-

定价: 39.00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

目录

第一章 潜台词：定义和探究	11
第二章 台词：人物信息和背景	36
第三章 通过台词表达潜台词的技巧	50
第四章 动作与行动	73
第五章 影像与隐喻	87
第六章 电影类型	103
第七章 阿尔文·萨金特谈潜台词	115
第八章 后记	117
电影目录	118
作者简介	124
译者后记	125

“在读到这本书之前，我甚至都不知道自己经常在写潜台词。书中的例子都富有借鉴意义。本书可谓编剧必读！你早已和潜台词反复打交道了。”

—— 阿尔文·萨金特 (Alvin Sargent)，编剧：《普通人》[*Ordinary People*，赢得53届奥斯卡最佳剧本奖(改编类)]、《纸月亮》(*Paper Moon*)、《蜘蛛侠2》(*Spiderman-2*)、《蜘蛛侠3》(*Spiderman-3*)

“琳达·赛格 (Linda Seger) 凭借娴熟的驾驭力、吸引人的阅读体验及深刻的洞察力，探讨了人们在剧本创作方面尚未深入研究的潜台词领域。相信本书必将惠及每一个人——职业编剧、立志成为编剧的新人、寻求突破的进阶者，以及只是对编剧感兴趣的读者。这是绝佳的编剧用书。”

—— 悉德·菲尔德 (Syd Field)，教师和编剧类畅销书作家

“琳达·赛格天生就是老师。她拥有敏锐言谈和叙事潜台词的天赋，能为各个层次的编剧带来创作技巧和深刻见解。潜台词是编剧百宝箱中的有力工具，按照本书概括的技巧可以将剧本带到新的高度。这本书让人爱不释手。强烈推荐！”

—— 苏珊·威格斯 (Susan Wiggs)，纽约时报畅销书作家

“如果说结构是剧本的骨架的话，那么潜台词就是它的血脉。琳达·赛格用从数十部电影中精选的例子阐明了编剧艺术中这一重要因素。本书以传奇编剧阿尔文·萨金特的见解作为完美收篇，是值得深入研究的宝藏。”

—— 丹·克雷曼 (Dan Kleinman)，哥伦比亚大学电影制作专业教授，编剧：
《愤怒》(*Rage*)、《终极勇士》(*Ultra Warrior*)

“塞格的《编剧的言外之意——剧本潜台词创作》提醒编剧或者任何作者进一步全面审视人类交流和意图，以及使用潜台词提升对白和行动。本书通过广泛的片例提示我们可以以创新和更为深刻的方式运用每一个措辞和行动。”

—— 朱尔·塞尔伯 (Jule Selbo)，美国加州州立大学富勒顿分校影视系主任，
编剧：《不变的承诺》(*Hard Promises*, 1991)、《大力士与亚马逊女战士》(*Hercules and the Amazon Women*)、《少年印第安纳·琼斯》(*Young Indiana Jones*) 系列、《仙履奇缘2:美梦成真》等

“在本书中，琳达·赛格给编剧带来了将作品提升到叫绝新高度的工具和灵感。我爱这本书！琳达出色地探讨了主题，并将其带到一个全新的领域和高度，展现了精选对白、描写、动作和影像等许多方法来传达未言明的意义和情绪。”

—— 迈克尔·豪格 (Michael Hauge)，剧本顾问、作者：《畅销剧本创作》
(*Writing Screenplays That Sell*) 和《一分钟内卖出你的剧本》(*Selling Your Story in 60 Seconds*)

“琳达·赛格在她绝妙的新书中阐明了潜台词的力量和必要性。这是任何想一探编剧技巧的人必读的一本书。”

—— 琳达·波尔 (Linda Purl)，女演员，加州国际戏剧节创始人

“对聪明的观众来说，潜台词的能量不容小觑！本书中，琳达·赛格会带给你促成剧本质的飞跃的观点和工具。”

—— 威廉·保罗·扬 (Wm. Paul Young)，畅销书作家：《小屋》(*The Shack*)

“琳达在书中凭借大量优秀的范例和实用的练习，巧妙地解构了充满创造力的潜台词艺术。此书编剧绝对得人手一本。”

—— 比尔·兰迪 (Bill Lundy)，编剧网

“听琳达的没错，潜台词就是一切。”

—— 约翰·特鲁比 (John Truby)，作者：《故事解析》(*The Anatomy of Story*)；创立者：Blockbuster编剧软件

“琳达·赛格是将抽象具化的高手。她不仅直接点明了潜台词的许多剖面，还提到了很多有趣和精准的片例，她也提供了善于应用的技巧和练习来帮助编剧把潜台词注入到自己的作品中去。如果你想赋予故事更多的层次和深度……或者你曾在塑造人物时四处碰壁……那么，这本书真是天赐之物。”

—— 查德·葛维奇 (Chad Gervich)，编剧、制片人：电视剧《谁比我糗》(*Wipeout*)、《现实狂欢》(*Reality Binge*)、《性感厨娘》，(*Foody Call*) 真人秀《超速》(*Speeders*)；作者：《小屏幕，大电影：电视编剧指南》(*Small Screen, Big Picture: A Writer's Guide to the TV Business*)

“《潜台词创作》能将编剧带到敏锐的新深度和更高层次。编剧应该注意，本书可以将你的剧本从“还不错”提升到“大卖”行列。

—— 李·扎哈维 (Lee Zahavi)，ScriptShark产品经理 (<http://www.scriptshark.com>)

写给未来的电影人·编剧系列

WRITING SUBTEXT

What Lies Beneath

编剧的言外之意

剧本潜台词创作

[美] Dr. Linda Seger 著 徐晶晶 译

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

编剧的言外之意：剧本潜台词创作 / (美) 赛格
(Seger, L.) 著；徐晶晶译. -- 北京：人民邮电出版社，
2015.2

(写给未来的电影人，编剧系列)

ISBN 978-7-115-37649-7

I. ①编… II. ①赛… ②徐… III. ①电影编剧—创
作方法 IV. ①I053.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第281863号

版权声明

WRITING SUBTEXT: WHAT LIES BENEATH By DR. LINDA SEGER

Copyright: © 2011 BY DR. LINDA SEGER

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

Simplified Chinese edition copyright:

2015 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] Dr. Linda Seger

译 徐晶晶

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：8

2015年2月第1版

字数：138千字

2015年2月河北第1次印刷

著作权合同登记号 图字：01-2012-2981号

定价：39.00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

内容提要

如果说结构是剧本的骨架的话，那么潜台词就是它的血脉。本书通过从数十部电影中精选的例子阐明了编剧艺术中这一重要因素，并以传奇编剧阿尔文·萨金特的见解作为完美收篇。全书不仅直接点明了潜台词的许多剖面，还提到了很多有趣和精准的片例，也提供了善于应用的技巧和练习来帮助编剧把潜台词注入到自己的作品中去。

本书为各个层次的编剧带来创作技巧和深刻见解。潜台词是编剧百宝箱中的有力工具，按照本书概括的技巧可以将剧本带到新的高度。同时，本书也提醒编剧或者任何作者进一步全面审视人类交流和意图，并使用潜台词提升对白和行动的效力。本书通过广泛的片例提示我们可以以创新和更为深刻的方式运用每一个措辞和行动。本书将编剧带到敏锐的新深度和更高层次，通过阅读本书，编剧可以将他的剧本从“还不错”提升到“大卖”行列。

本书作者琳达·赛格（Linda Seger）博士从1981年起开展剧本咨询业务。至今，经她咨询的剧本已超过2000本，其中已拍成电影的超过100部。她的客户包括彼得·杰克逊（Peter Jackson）、雷·布莱德伯里（Ray Bradbury）、威廉·凯利（William Kelley）、汤姆·比尔（Tony Bill）、三星影业，还包括其他奥斯卡奖、艾美奖获奖者，以及国际剧本大赛和电影节的获奖者。

献给我的家人：

哥哥弗雷德·赛格
(Fred Seger)

姐夫巩特尔·罗斯
(Gunther Roth)

侄子格雷格·安德森
(Greg Anderson)

侄孙凯莱布·奥斯汀·斯图尔特
(Caleb Austin Stewart, 4岁半)

爱人彼得·哈森·勒瓦尔
(Peter Hazen Le Var)

致中国读者

得知简体中文版《编剧的言外之意——剧本潜台词创作》将在中国出版的消息，我很是激动。1995年，我曾到北京参加联合国妇女大会，借此机会也饱览了古都风采，特别喜欢中国文化。很高兴有机会写下这简短的文字向中国读者问好。

剧本创作是如此重要和意义深远的艺术形式，我乐见编剧们为了创作更好的作品而不断学习的热情，也希望本书能给中国读者带去一点新知。潜台词能让你的作品更深刻，也将拓宽你的人物。这些潜台词会在很多不同的层面产生共鸣，读者和观众也会有所察觉，不仅是读懂人物的外部动作，还能体察他们的内心。随着你不断探索优秀作品必备的纬度——潜台词，你的人物也会变得更富层次。

真心希望能见到更多读者的电影闪耀大银幕！

琳达·赛格（Linda Seger）

美国加州洛杉矶

2014年6月26日

致谢

感谢瑞秋·巴伦 (Rachel Ballon) 博士、德沃拉·卡特勒-鲁宾斯坦 (Devorah Cutler-Rubenstein)、凯思琳·洛泽 (Cathleen Loeser)、伊洛纳·马尔特拉 (Elona Malterre)、金姆·彼得森 (Kim Peterson)、艾伦·桑德勒 (Ellen Sandler)、特雷瓦·希尔弗曼 (Trevia Silverman) 和帕梅拉·杰伊·史密斯 (Pamela Jaye Smith)，感谢你们审阅样书并给出宝贵的意见。

感谢露辛达·辛 (Lucinda Zeising) 对本书第三章的反馈意见。

感谢我的研究员林恩·布朗·罗森博 (Lynn Brown Rosenber) 的出色工作。

感谢电影爱好者亚伦·格雷厄姆 (Aaron Graham) 和阿尔文·申 (Alvin Shim) 帮助我整理案例和其他工作。

感谢我的助理萨拉·考尔巴克 (Sarah Callbeck) 帮我整理和保持办公室的整洁干净。

感谢迈克尔·维斯 (Michael Wiese) 团队为本书所做的努力——感谢迈克尔·维斯和肯·李 (Ken Lee) 对我写作的全力支持，感谢安娜丽莎·泽克斯-韦弗 (Annalisa Zox-Weaver) 的出色编辑，感谢排版设计师吉娜·曼斯菲尔德 (Gina Mansfield) 让本书变得如此赏心悦目。

目录

第一章 潜台词：定义和探究	11
第二章 台词：人物信息和背景	36
第三章 通过台词表达潜台词的技巧	50
第四章 动作与行动	73
第五章 影像与隐喻	87
第六章 电影类型	103
第七章 阿尔文·萨金特谈潜台词	115
第八章 后记	117
电影目录	118
作者简介	124
译者后记	125

第一章 潜台词：定义和探究

相比其他任何艺术形式，剧情片中的人物不会有一说一。这可不是一味的谎言，也不尽是捏造或背离事实。有时候，人物认定自己说的是真话；可有些时候，他们压根不知道实情；或是他们觉得实话实说有点不合时宜。好剧本离不了字面意思和言外之意，既要有文本^❶（text），又要有潜台词（subtext）。两者不同，也不应等同。

文本和潜台词的定义

文本是我们听到的话和看见的动作。有时候，它们另有他意；有时则正如字面意思。假如我问你：“从旧金山到芝加哥怎么走？”你的回答应该很明确，没有潜台词：“上80号^❷高速，由西向东，一路到达芝加哥后从密歇根大街匝道下来，你就将抵达芝加哥市区了。”这句话里没有潜台词，是一个言简意赅的好答案。

但是，如果你问的是一位金发美艳的妓女，她还用挑逗的眼神看看你，答道：“干什么急着赶去芝加哥呢？这里多好玩！”谁都知道，这摆明是答非所问。她的话里透着许多言外之意。她正向你承诺这将是一段愉快的时光。她心里另有小算盘。如果看穿了她的用意，你要么坚决说：“不了，谢谢”，要么决定稍作停留。

日常生活中，我们时刻都会碰到潜台词。人们不总是和盘托出；或是他

❶ 文本（text）原指信息文本、文字，或著作原文、演讲原话。本书中广义文本是指影视艺术中听得见和看得到的言、行。值得注意的是文本只是信息，它可能只是字面意思的本体，也可能是信息碎片或是隐含其他意思的载体。——译者注

❷ 80号是美国的一条州际高速公路，限速65英里/小时，部分路段为收费公路，西起加利福尼亚州旧金山，东至新泽西州蒂内克市，设计于1956年，并于1986年全线开通。正常情况下，从旧金山上80号高速，由西向东（I-80 E）到芝加哥，距离2000多英里，驾车需要30个小时左右。——译者注

们意识到把话挑明有失礼貌，或是更倾向于使用得体的潜台词，所以他们话里有话，将真实意思隐藏在表象之下。有些时候，人们想要其他人明白他们的真正意思，有时则恰恰相反。

电影《夜长梦多》〔*The Big Sleep*, 1946〕，编剧：威廉·福克纳（William Faulkner）、莉·布拉凯特（Leigh Brackett）和朱尔斯·福瑟曼（Jules Furthman）中，多数女性角色都与菲利普·马洛〔亨弗莱·鲍嘉（Humphrey Bogart）饰演〕暧昧不清。她们的旁敲侧击和暗示引人浮想联翩，就连本该一心将顾客送达目的地的女司机也别有心思。马洛下车后，她递给他一张名片，并且话里有话。

_ 出租车司机
下次有机会可以再找我，
打这个号码。

_ 马洛
白天，还是晚上？

_ 出租车司机
最好晚上。白天我得出车。

很明显，女司机给他名片不是为了有机会再载他一程。她和旧金山的那位妓女一样，心里另有盘算。

潜台词是言行之外的真正意思。这才是不折不扣的事实。文本只是冰山一角，而潜台词才是水下的真身。相比字面意思的直述，它是含蓄的。好的剧本和影片是隐藏深意的。潜台词另有所指，而我们听到的文本有意将我们引到其他层面。文本和潜台词的交锋存在着冲突。好剧本多富含言外之意。

如果编剧写的对白都是大白话，我们肯定会嫌它们太过直白。人物若用工整、逻辑的语句有一说一，这就免不了会沉闷和乏味，听起来像是授课，或者像是在读论文或摘要。这样的对白缺少情感生机，也不会与其他意思产生共鸣。相反，人物通过对话给出信息、复述背景故事、陈述事实，并对一些无关痛痒的事情加以评论。他们唠着家常，有时还有点啰嗦。

在平淡的对话中，人物是平淡无奇的。他们无所不知，向我们解释着一切。他们对自己的心理问题毫不避讳——有自知之明和洞察力，并可以告诉我们到底发生了什么。他们坦言自己究竟为何会这样，是什么样的童年遭遇导致了如今的心理问题，毫无隐瞒。这样的剧中人物如同编剧一样无所不

知，简直就是他的传声筒。

试想一下以下场景：两人偶遇，并且明显互有好感。他们聊着彼此的优点和对未来的憧憬。他们彼此心知肚明，一切都摆在眼前，远没有现实生活中任何一丝的不确定性或微妙之处。

当一切都在文本之中，台词把该说的全说了，那就没有好剧作应有的言外之意了。看似面面俱到，实为缺失了最重要的部分——响应多重意义的动机、想法、情感和人类真理。

《霹雳上校》[（*The Great Santini*, 1979），由刘易斯·卡利诺（Lewis John Carlino）和赫尔曼·劳切尔（Herman Raucher）根据派特·康洛伊（Pat Conroy）的同名小说^③改编]中，母亲对儿子直言潜台词的重要性。她说：“你必须学会解读他（父亲）发出的信号。”

这也正是编剧需要学习的：创作潜台词，以便观众跳出视觉感知更为深刻的理解故事。编剧应指明方向，选择暗示性的词句和描述揭示性的行为。如此一来，观众可以从台词中了解更多的信息。

如何识别潜台词？

潜台词是台词中未全部表达出来的言外之意，但有所暗示。未言明的才是事实，也是影片真正要表达的。本书中，我说的是相对广义的潜台词，因为潜在表达不局限于话语，还包括动作、行为、行动和影像。

通常，潜台词是你无法确切言明的一种感觉，你得感受它。我们知道自己碰到了潜台词，是因为我们有种不确定的感觉和心存疑问。我们会心生疑惑：“嗯？这好像不对吧。他到底是什么意思？”，或是我们会想：“是的，对此我一点都不信！”，又或是我们感到不安和有所预感“我确信这事绝非表面那么简单。好奇他到底在做什么，出于何种目的？”

导演和表演指导朱迪斯·韦斯顿（*Judith Weston*）在其著作《电影导演的直觉》^④（*The Film Director's Intuition*）中做了如下解释。

“语言是我们遣词造句的表述，潜台词是我们借助肢体语言、语调、眼神和表情传达的真实意思。潜台词透露出我们的真实感受——例如，闲谈和

③ 《霹雳上校》（*The Great Santini*），派特·康洛伊（Pat Conroy），兰登书屋（Random House），1976年出版。——译者注

④ 《电影导演的直觉》（*The Film Director's Intuition*），朱迪斯·韦斯顿（Judith Weston），Michael Wiese Productions，2003年9月出版。——译者注