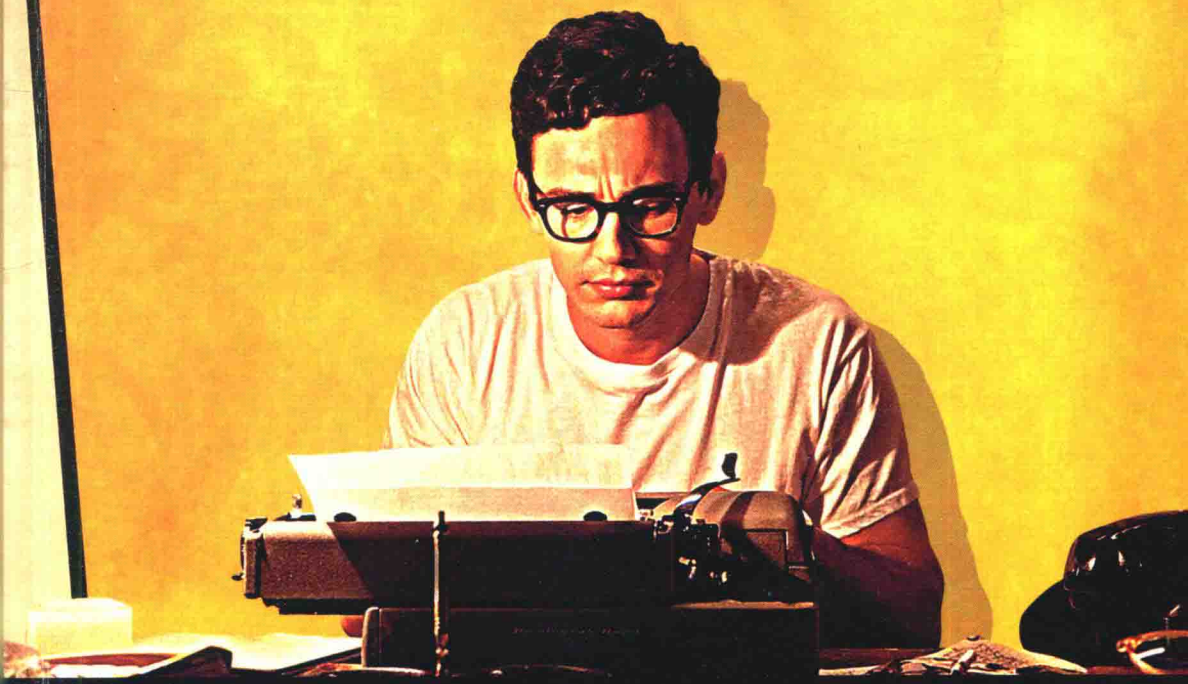


后浪出版



Crafty Screenwriting

Alex Epstein

后浪电影学院065

编剧的策略

>> 如何打动好莱坞

(美) 亚历克斯·爱泼斯坦 著 贾志杰 季英凡 译

世界图书出版公司

Crafty Screenwriting

编剧的策略

>> 如何打动好莱坞

(美) 亚历克斯·爱泼斯坦 (Alex Epstein) 著

贾志杰 季英凡 译

世界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

图书在版编目 (CIP) 数据

编剧的策略 / (美) 爱泼斯坦著; 贾志杰, 季英凡译.

— 北京: 世界图书出版公司北京公司, 2013.12

书名原文: Crafty Screenwriting: Writing Movies that Get Made

ISBN 978-7-5100-7290-1

I. ①编… II. ①爱… ②贾… ③季… III. ①剧本—创作方法 IV. ① 1053

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 298231 号

Crafty Screenwriting: Writing Movies That Get Made

Copyright © 2002 by Alex Epstein ISBN-13: 978-0-8050-6992-1

Simplified Chinese translation copyright © 2014 by Beijing World Publishing Corp.

Published by arrangement with Henry Holt & Company, LLC

Through Bardon-Chinese Media Agency 博达著作权代理有限公司

ALL RIGHTS RESERVED

北京市版权局著作权合同登记号 图字 01-2011-2058

编剧的策略

著 者: (美) 亚历克斯·爱泼斯坦

译 者: 贾志杰 季英凡

筹划出版: 银杏树下

出版统筹: 吴兴元

编辑统筹: 陈草心

责任编辑: 陆梦婷

营销推广: ONEBOOK

装帧制造: 墨白空间

出 版: 世界图书出版公司北京公司

出 版 人: 张跃明

发 行: 世界图书出版公司北京公司 (北京朝内大街 137 号 邮编 100010)

销 售: 各地新华书店

印 刷: 北京正合鼎业印刷技术有限公司 (北京市大兴区黄村镇太福庄东口 邮编 102612)

(如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题, 请与承印厂联系调换。联系电话: 010-61256142-8021)

开 本: 690×960 毫米 1/16

印 张: 18 插页 3

字 数: 281 千

版 次: 2014 年 11 月第 1 版

印 次: 2014 年 11 月第 1 次印刷

读者服务: reader@hinabook.com 188-1142-1266

投稿服务: onebook@hinabook.com 133-6631-2326

购书服务: buy@hinabook.com 133-6657-3072

网上订购: www.hinabook.com (后浪官网)

拍电影网: www.pmovie.com (“电影学院”官网)

ISBN 978-7-5100-7290-1

定 价: 38.00 元

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

版权所有 翻印必究

致 谢

没有下边这些人，就没有这本书。

感谢 Angel Gulermovich Epstein。她对故事的好坏有一种精准的判断力，是她的鼓励帮我渡过了写作生涯中最艰难的时期。

感谢我亲爱的父母，他们从不压制我逞能的冲动。

感谢 Kenneth Koch。如果他知道我最终还是选择了写电视剧这一行的话，他也许会感到惊骇不已。

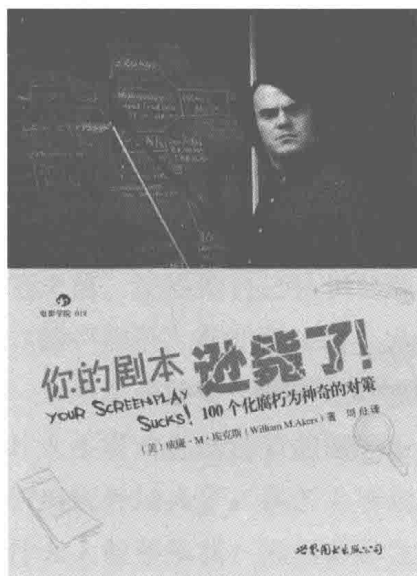
感谢 Molly Pollack 和 Wayne Adamson，世界上两位最好的英语老师。

感谢 Betsy Amster 和 Deb Brody，没有比他们更好的经纪人和编辑了。

感谢 Margie Mirell。感谢她充满智慧的建议。

感谢那些我有幸与之合作过的导演和编剧，感谢那些肯阅读、评论甚至有时候慷慨解囊的监制和制片人们。

谢谢你们。



电影学院 018

你的剧本逊毙了! 100个化腐朽为神奇的政策

著者: (美) 威廉·M·埃克斯 (William M. Aker)

译者: 周舟

书号: 978-7-5100-3590-6

出版时间: 2011.09

定价: 36.00 元

好莱坞资深剧本顾问的强力吐槽

★ 编剧们修改作品的剧本医生, 审稿人选取作品的剧本顾问。

★ 好莱坞罕见的圆熟手段 + 深刻见解 + 真诚态度三合一

- ★ 浸淫编剧界日久而得的智慧令人大开眼界又忍俊不禁
- ★ 比剧本还有趣, 比电影还好看
- ★ 做好准备, 在作者狡猾得意的微笑中大呼过瘾吧
- ★ 本书另附有毒舌小贴士一张, 收录作者警示箴言

此书提供了很实际的解决剧本问题的方法。更重要的是演员也要看, 这样才能辨别你接下的是否是一部烂戏, 毕竟不是每个人都那么幸运, 次次能碰到好剧本。

——彭浩翔, 《买凶拍人》、《破事儿》导演

这本书本身就像一个好剧本, 令我不忍释卷。

——汤姆·舒尔曼 (Tom Schulman), 《死亡诗社》编剧

威廉·M·埃克斯谙熟修改剧本的所有方法、诀窍, 并慷慨地写在这本书里! 这是每个面对“剧本黑夜”的作者都不可缺少的宝书。

——布莱克·斯奈德 (Blake Snyder), 《救猫咪》作者

我发现埃克斯所说的话正是我一直对我认识的编剧们所说的话。一个字: 赞!

——格瑞格·比曼 (Greg Beeman), 《超人前传》执行制片人

有句老话说: 那些做不成什么事的人才会去教书, 威廉·M·埃克斯显然是个反证。他既是优秀的作家又是难得的良师——在我看来, 这种复合型人才就像能跑能跳能吃能拉的弹簧木马一样稀世罕见。

——乔恩·阿米尔 (Jon Amiel), 《都铎王朝》、《偷天陷阱》导演

目录

Contents

致 谢	1
第一章 钩 子	1
1.1 剧本是电影项目包的一部分	2
1.2 钩 子	4
1.3 没钩子的片子是怎样拍成的	6
1.4 钩子是怎么来的	9
用心观察 10	
偷 15	
改 编 19	
真实的故事 20	
1.5 其他钩子	22
1.6 我应该花多少时间去想出一个钩子来?	23
片 名 24	
兜售你的想法 24	
征询信 26	
1.7 怎么写一封好的征询信	27
1.8 怎样把你没钩子的故事拍出来	31
1.9 编剧的策略	33

第二章 情 节	35
2.1 讲故事	35
2.2 改编真实的故事和小说	39
2.3 你的兜售提案什么地方不对劲?	43
一个主要人物	43
一个目标(风险/赌注)	45
人物有所损失——危险	47
阻碍,令我们关注的阻碍	48
2.4 外部对手或阻碍	50
亲密对手	51
悲喜剧缺陷	52
2.5 你需要全部元素,而且要贯穿始终	54
主 题	56
惊奇与必然	58
运 气	59
2.6 三幕结构的迷思	61
2.7 把你的故事写下来	65
分步大纲	65
读一读你的分步大纲	68
2.8 接下来做什么?	69
第三章 人 物	71
3.1 人物创造的逆向工程	72
逆向工程:《木乃伊》	75
3.2 新鲜感	78
3.3 细节之处见真招	79
3.4 鬼 魂	80
3.5 人物的秘密生活	81

3.6	不要背叛你的人物	83
3.7	确定电影卡司阵容	86
3.8	一些开发主管的迷思	88
	对白太平淡	88
	我们对主人公所知甚少	89
	主人公不讨人喜欢	92
	情节太零散	95
3.9	人物的名字	96
3.10	人物登场	99
3.11	改 写	100

第四章 动 作..... 103

4.1	透明感	104
4.2	只写下你能看见和听到的	105
4.3	如何不动声色地控制机位	113
4.4	性与暴力画面的处理	117
4.5	如何在你的剧本中使用歌曲和音乐	118
4.6	蒙太奇	119
4.7	剪辑你的戏	121
4.8	节奏的把握	123
	计时器	124
4.9	视 角	126
	陪 衬	128
	情感视角	129
	视角写作	131
	零视角或混合视角	132
4.10	风 格	133

第五章 对 白	137
5.1 推动故事情节发展	137
5.2 戏剧即冲突	138
5.3 可信度与现实主义	140
现实主义对白	141
写实对白和妙语对白	142
找到人物自己的声音	144
5.4 修剪你的对白	147
5.5 检验你的对白	147
5.6 脏话与种族歧视词句	149
5.7 极简对白与单调对白	151
5.8 技术考虑	154
舞台提示	154
停 顿	157
5.9 外语和口音	158
外国人说本国语, 加字幕	159
外国人说英语	160
外国人说本国语, 无字幕	161
外国人说本国语, 有人大声在一旁翻译出来	163
5.10 口音、方言和俚语	163
5.11 旁 白	166
5.12 画面与声音, 动作与对白	169
 第六章 电影类型	 171
6.1 第一卷协议	178
6.2 个别类型的注意事项	180
恐怖片	180
科幻片和魔幻片	182

时代片 187

第七章 寻求帮助!	189
7.1 读一读别的剧本	190
7.2 你应该读的书	192
导 演	192
剪 辑	193
制 片	194
好莱坞, 一个吞食自己后代的动物	194
两本你也许从未想过会有用的有意思的书	195
7.3 从写作小组获取帮助	196
紧迫感	196
鼓 励	196
批 评	196
有人听你骂娘	196
你的写作小组里都应该有些什么人?	197
怎样找到志同道合的作家	197
如何组织和管理写作小组的工作	198
一句有用的话	199
7.4 获得反馈意见	200
去找真相	201
朋 友	201
影 迷	201
专业人士	202
7.5 其他资源	203
剧本写作软件	203
写作工作坊、讲座以及课程	206
舞台朗读	208

剧本写作顾问 209

7.6 尽管写吧 210

第八章 深度修改 211

8.1 剧本格式 213

8.2 剧本长度 216

8.3 如何装订你的剧本 217

8.4 片 名 218

说明性片名 219

神秘性片名 221

中性片名 223

暗示性片名 224

文学性片名 225

第九章 把它拍出来! 229

9.1 途 径 229

经纪人 230

你如何找到一个经纪人? 233

9.2 版 权 238

什么是版权 238

什么可以申请版权? 239

如何行使版权? 239

9.3 寄出你的剧本 241

邮寄电子版 242

等 待 243

把它要回来 243

9.4 经纪人说行 244

假如你没有经纪人 245

9.5	剧本创作比赛	245
9.6	制片人说行	246
	交易条约	247
	免费优先期权	250
	免费修改	251
	其他类型的免费修改	252
9.7	受聘写作	253
9.8	电 视	255
9.9	不要因饥渴而写作	258

附录一 期权协议样本 260

附录二 剧本示例 266

译者的话 273

出版后记 277

Chapter 1

钩子

HOOK



电影剧本是什么？问得好。说到底，你要是准备写一个剧本的话，你至少得知道这个问题的答案是什么，你说是不是？

你可能已经有了一个答案。剧本写出来就是要用来拍电影的。你把自己希望观众看到和听到的都写在一百来页纸上，再用铜钉连在一起。

你的剧本如果能拍出来的话，导演会加入自己的看法，演员会更改你的台词，剪辑师会想方设法重新组织场次的连接，总之，片子不再是“你的电影”。这倒也无所谓。剧本不是一个完成的作品，它本身不是用来欣赏的。如果把电影比作一幢大楼，剧本只是设计图纸。谁也不会喝着红酒和自己的心上人一起欣赏一张图纸，即使这图纸再精彩也不行，也没有什么人（拍电影的除外）会拿上个把好剧本到海滩上去休闲。

这么说吧，如果不能变成电影，剧本写作就毫无意义。

这个我们都心知肚明，至少潜意识里是知道的。但在我担当剧本开发高管的十年间，我所读过的成千上万个剧本中，大多数都和电影无缘。这些剧本的作者还在构思阶段时，其失败的命运就已经注定了。这些剧本写得或好或差，但他们都缺乏被拍成电影的剧本要素。

这本书讲的就是怎样去写一个能拍成电影的剧本。受欢迎的大众电

影和艺术影片一样，都存在一个剧本能不能拍摄成功的问题。写一个能够变成精彩电影的剧本，在很大程度上就是写一个能拍成电影的剧本。这本书主要讲的就是这些，但本书所述并不到此为止。所以，如果你准备花大力气写一个剧本的话，理解电影剧本简单定义以外的东西就十分重要。否则，你的剧本写作很可能就是浪费时间。

1.1 剧本是电影项目包的一部分

在电影这个行当中，有一个说法叫项目包（package），剧本是这个项目包中最初的组成部分。这个项目包的组合元素为：

- ▶ 一些素材：一本书，一个剧本，或仅仅是一个概念
- ▶ 一个明星演员和（或）明星导演

电影人赌观众愿意去电影院，或是在电视上看到那些电影。

电影剧本只是整个交易中的一个组成部分。

影视业有着精神分裂的特点。它是一门生意，这一点就意味着从业人员干这一行不是为了休闲和养生。电影拍砸了，有人就失业了。不成功的导演还得回去拍广告；不成功的女演员还得回餐馆端盘子或嫁给卖地毯的；不成功的制片人还得回去接着卖地毯^①。电影的商业味道这么重一点都不让人称奇，它的铜臭气其实还可以重好多。

很少有人是带着赚大钱的想法进入电影界的。要是你有活干的话，这一行钱还算好挣。但谁要是光想着赚钱的话，那还不如去卖卖保时捷或钻油设备。在这行干活的人差不多都是因为他们热爱电影，编剧喜欢讲故事，制片人希望把好片子推上银幕。演员呢，愿意在众人面前过一把情感放纵的瘾，所以跟这些人约会前可要三思而后行。大家都尽其所

^① 可是，不成功的电影公司高管则会得到一份丰厚的“金降落伞（golden parachute）”遣散套餐，其中包括对其个人电影项目的资金保证。有意见？影视业就这德行，伙计。

能拍出好片子来。不是每个人都在为伟大的艺术而奋斗,但如果让大家选,多数人还是更愿意去拍那些经得起时间检验的影片。

每一个电影项目开始的时候,其动机中都有那么一点商业考虑,一点艺术追求。

从理论上讲,当电影制片厂或制作公司的开发人员读到一个精彩的剧本时,这个电影项目就启动了。开发(development)是电影制作的一个环节。在这个过程中,剧本版权或期权(option,又译为预售权或优先购买权,即在一定时间内购买版权的权利)被买断,然后就会一遍又一遍地被反复修改,直到……直到——在大多数情况下——被枪毙。读剧本的一般被称作“审读员”(reader),他们常常是刚毕业的电影专业的学生,写一篇两到五页的报告来赚个40美元,报告中有故事梗概(synopsis)和语气轻蔑的评论。要是审读员喜欢一个剧本,他可能把它交给一个剧本编辑(story editor)。剧本编辑再转给开发主管(development executive),开发主管再转给制片厂或电影公司的制作主管(production executive)。

剧本交易一旦完成,制作主管或项目制片人就会把剧本送给一个导演。导演对故事有感觉就可能同意亲自执导这部片子。下一步,剧本被送到明星手上。只要一个腕儿足够大的明星同意参演,电影公司就会同意为影片提供资金。这样,电影制作的旅程就开始了。

你的剧本需要得到下边所有人的认同才可能被拍成电影:审读员、剧本编辑、开发主管、制作主管、导演、明星。要是他们那一天碰巧气儿不顺,那你的项目就死在电影公司或制作公司了。

(要是汤姆·克鲁斯[Tom Cruise]送来了自己朋友的剧本,那剧本直接就到了所有环节的顶端。制作主管读了剧本就会自然而然地很喜欢,然后他就拿到了剧本期权。要是阿汤哥同意出演,片子就拍成了。关于这些,稍后还有讨论。)

剧本是一个销售工具,相对电影而言它就是一个推销员。它把你的故事推销给你从未见过和永远不会遇见的人。这些人里边可有的是坏脾气的家伙,因为他们自己不如你,他们没本事写剧本。你的剧本要打动

一个才二十啷当岁但自以为对电影无所不知的审读员；剧本还要打动编辑，她读你剧本的时候可能已是半夜，手上还有其他一摞子剧本要读完，读完了她才能在男朋友进入深度睡眠之前跟他做个爱；剧本也要打动制作主管，他回家时带了两个剧本，一个是你的，另一个是汤姆·汉克斯（Tom Hanks）要拍的；剧本还要打动一个因担心自己变老而总是没有安全感的演员。也就是说，你的剧本要搞定所有这些难缠的人，让他们相信这是一部非拍不可的电影。

总之，剧本就是一个设计图纸，交易中的一个因素，一个销售工具。

那到底是什么可以让你的本子过关斩将获得成功呢？大部分剧本写作的书会提供如下一些答案：

结构：拥有一个新鲜的、观众易懂的好故事，而且也要讲得精彩。

人物：有趣的、有血肉的人物。人物要生动，要跃然纸上。

对话：精彩自然的对话能够凸显人物的个性。

节奏：张力不断加强以创造最终的戏剧高潮。

老天！

这些都不能帮你成功闯关。不错，你的剧本需要这些，但真正能够带你顺利通过关口的是一个出色的钩子。

1.2 钩子

钩子，简单地说，就是一部电影的概念。不是随便一个概念，而是能引出故事的一个崭新的想法。这个想法会让影视业的人愿意马上就读到你的剧本，让观众渴望看到你的电影。下边是一些精彩的钩子：

► 当一个男子准备自杀时，来了一个天使。天使给他展示了一种可能的景象，即假如他没来到这个世界，他的家乡会是什么样的。（《生活多美好》[*It's a Wonderful Life*]

► 两个相互仇视的人以匿名的形式交往后，反而都爱上了对方。（《街

角商店》[*The Shop Around the Corner*]、《电子情书》[*You' ve Got Mail*])

► 一帮失业的英国男人决定去跳脱衣舞来赚些钱。(《光猪六壮士》[*The Full Monty*])

► 一个玩世不恭的广告业高管突然获得了听见女人心声的能力。(《男人百分百》[*What Women Want*])

► 一个律师一下子丧失了说谎的能力。(《大话王》[*Liar Liar*])

► 几个牙买加人决定以雪橇队的名义参加奥运会，尽管牙买加这个地方连雪都没有。(《冰上轻驰》[*Cool Runnings*])

► 一个怪异的天才发现了一个号码，该号码有可能就是上帝的名字。(《死亡密码Pi》[π])

► 三个拍电影的年轻人到森林里去拍一部关于一个知名女巫的纪录片。他们后来消失了，只留下了现在我们看到的这些录像带。(《女巫布莱尔》[*The Blair Witch Project*])

► 一个木偶剧演员发现了一条通往演员约翰·马尔科维奇 (John Malkovich) 大脑的秘密通道。(《傀儡人生》[*Being John Malkovich*])

► 一辆装满了乘客的公交车上有一颗炸弹。如果公交车车速低于每小时80公里，炸弹就会爆炸。(《生死时速》[*Speed*])

► 一个男人发现他被自己的克隆人顶替了。(《第六日》[*The Sixth Day*])

► 一个记者在一个瓶子里找到了一封催人泪下的情书。她开始搜寻并找到了写情书的男人，最后还爱上了他。(《瓶中信》[*Message in a Bottle*]，我可没说影片有了一个出色的钩子就一定是好影片，对不对？我只是说，你的剧本要想拍成电影就必须得有一个出色的钩子。)

以上这些有的成了好莱坞大片，有的成了独立电影（“独立”[*independent*] 是一个使用不当的名称，“独立制片人”实际上需要来自几乎所有人的帮助。“互相依赖的制片人”[*codependent producers*] 这一称呼听上去更准确）。这些影片的一个共同特点是，谁都想知道故