

Erik Bork
〔美〕埃里克·博克 — 著
王喜悦 — 译

如何 写出 好故事：

HBO 大师 写作课

The Idea

The Seven Elements of a Viable Story for Screen, Stage or Fiction



从创作《兄弟连》《从地球到月球》

到打造“十大最具影响力的编剧课程之一”

玩转情节与结构，写出会抓人的好故事

威尔·史密斯御用剧本顾问
迈克尔·豪格

《生死时速》编剧
格雷厄姆·约斯特

《兄弟连》编剧
E. 马克斯·弗莱

联袂
推荐

台海出版社

**如何
写出
好故事：**

**HBO 大师
写作课**

〔美〕埃里克·博克 — 著
王喜悦 — 译

台海出版社

北京市版权局著作合同登记号：图字01-2020-5306

The Idea: The Seven Elements of a Viable Story for Screen, Stage or Fiction

Copyright © 2018 by Erik Bork All rights reserved.

Originally published in the United States in 2018 by Overfall Press. Simplified Chinese characters rights reserved and published by Beijing Bamboo Stone Culture Broadcast Co., Ltd., under the license from Overfall Press through Power of Content Ltd., Taiwan.

图书在版编目（CIP）数据

如何写出好故事：HBO大师写作课 / (美) 埃里克·

博克著；王喜悦译. -- 北京：台海出版社，2022.3

书名原文：The Idea: The Seven Elements of a

Viable Story for Screen, Stage or Fiction

ISBN 978-7-5168-2748-2

I. ①如... II. ①埃... ②王... III. ①写作—基本知识
IV. ①H05

中国版本图书馆CIP数据核字(2021)第252084号

如何写出好故事：HBO大师写作课

著 者：（美）埃里克·博克 译 者：王喜悦

出版人：蔡旭 装帧设计：蔡炎斌

责任编辑：徐 策划编辑：村上 苟敏

出版发行：台海出版社

地 址：北京市东城区景山东街20号 邮政编码：100009

电 话：010-64041652（发行，邮购）

传 真：010-84045799（总编室）

网 址：www.taimeng.org.cn/thcbs/default.htm

E-mail: thcbs@126.com

经 销：全国各地新华书店

印 刷：天宇万达印刷有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误，请与本社联系调换

开 本：880mm 1230mm 1/32

字 数：150千字 印 张：6.5

版 次：2022年3月第1版 印 次：2022年4月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5168-2748-2

定 价：42.00元

版权所有 翻印必究

献给每一位

渴望创作出优秀作品的作家

无论你已经在这个行业坚持多久

引言

对作家来说，现在的写作似乎应该变得更容易一些。与以往相比，现在的作家可以接触到更多的资源，所以他们可以为人们呈现出一本更好的书、一部更好的网剧，甚至是一部更好的独立创作的电影。在这个充斥着自发布、数字视频和社交媒体的时代，几乎所有人都可以将自己的创作发布出去，而不必顾及审核人员的严厉面孔。

但是，如果我们想接触到大量的受众，而不仅限于个人的联系人和在线“粉丝”，并想以此赚钱，那就另当别论了。如何让他人愿意通过消费来阅读我们写的东西，如何成为职业作家，很多人都对此表示困惑。

从前，为了让更多的受众有机会接触到我们的作品，我们需要找代理商、出版商、制作人和大公司在背后予以支持，现在的情况基本没变。时至今日，绝大多数成功的电影、电视剧、畅销书和戏剧仍然是通过这些传统的做法来包装打磨的。

不幸的是，要打动那些审核人员并不比以前容易。每当我们完成一部作品，准备将其公之于众时，就要准备好面对这个令人头疼的事实了。通常情况下，结果都会事与愿违。

我们的作品为什么打动不了那些人呢？他们在寻找什么呢？为什么会这么难呢？

答案其实非常简单。那些拥有潜在受众与良好销路的作品，在通往成功彼岸的荆棘之路上，都拥有共同的特点：一是，作品中有一个不错的想法；二是，可以在情感上引起观众的共鸣，吸引他们的注意力；三是，观众在这个体验过程中非常享受。

但大多数情况下，我们不明白这一点，甚至根本不会往这方面去想。因此我们非常不理解自己为什么会频频遭遇退稿，我们找不到任何头绪，就只能尽快进行下一次投稿。结果，要么是被冷冷地拒绝，要么根本就没有任何回应。

在这个过程中，我们经常变得垂头丧气，很难得到那些对我们有益的建议，这会让我们误认为出版的准入门槛太高了，那些决策者们太不近人情了。我们会想，要是能把作品交到正确的人手里就好了，那我们的机会就来啦！

但是，作为一名专业的编剧，加上这些年来在编导方面指导他人的经历，我深得体会，“没有接触到合适的人”并不是阻碍我们成为一名成功编剧的一道困难关卡。相反，让那些“合适的人”对我们所写的东西产生浓厚的兴趣，才是最困难的事情。而这正是我们大多数人从来没有达到的目标。为什么会这样呢？作家所热衷于写的东西，却不为该行业所认可，是什么造成了两者间的脱节呢？又是什么左右决策者来决定此书是否能够通过审批呢？

其中部分原因是，作品中明显缺乏专业的写作能力，经验丰富的读者一眼就能看出来。他们只需读几页，就能品味出剩下的内容是否值得一读。如果这部分内容始终没有吸引住他们，他们是不会读下去的。但是信不信由你，在大多数情况下，这还不是主要问题。让一个写作项目陷入困境的，通常是故事的基本想法，对此，我们可以用一两句话的日志、一封询问信中的简短概要，或者一个简短的口头表述来阐明这个基本想法。

但大多数时候，写作项目也就此终止了。因为读者对这本书的想法根本就不感兴趣。他们看不到这本书的潜在价值。他们不需要阅读整本书就可以做出决定。他们清楚核心思想是使项目在市场上可行的最基本因素。而他们所看到的大多数想法（以及他们读到的剧本或手稿）都缺乏一个行之有效的中心思想。

“想法”是一个故事的核心前提或核心概念，基本上可以归结为以下几个问题的答案：

- 一、故事的主人公是谁？我们为什么要对他们表示认同？
- 二、他们渴望在自己的生活环境和人际关系中得到什么？
- 三、他们在实现目标的过程中遭遇了什么？
- 四、他们通过做什么来试图解决这个问题？这个问题为什么会如此困难？
- 五、为什么这对他们和我们来说都很重要？

这就是一则故事基本的核心内容。读者对一篇材料是否感兴趣，往往直接来源于对这些问题的解释是否清楚。

我是如何做到的

我花费了好长一段时间才搞清楚。

大学毕业后，我想成为一名专业编剧，于是从俄亥俄州搬到了洛杉矶。这期间，我在二十世纪福克斯电影公司担任办公室助理，空闲的时候，我就写剧本，但那时候的剧本根本满足不了本书中所规定的这些标准。当然了，我那时也不知道会存在这些标准。我只是对自己喜欢的电影中的关键情节进行模仿，但没有从更深的层面对其进行理解。我痴迷于故事结构和场景写作（和大多数作家一样），但我不知道故事的想法是如何运作的。我并不知道这就是我需要学习的东西，也不知道该如何去学习。

那是因为当时，当然也包括现在，大多数关于剧本创作的书都不会将重点放在故事的想法上。关于故事的结构、角色和写作过程本身，就有说不完的话，更不用说介绍如何把剧本投入到商业中了，所以选择去写什么往往得不到首要的重视。作家们也常常对其视而不见。

我大致是这么理解的，在好莱坞的电影剧本中，那些高票房的大多是基于其“高概念”的想法，但这些作品通常是动作片或科幻片，对我来说并不是很有吸引力。所以我写了一些基于“低概念”想法的剧本，这些作品的灵感都来自现实生活。

之后我完全转型，并参与了加州大学洛杉矶分校的情景喜剧写作课程。在那之后，我开始为现有的一些节目写“规范”的脚本，比如《欢乐一家亲》《我为卿狂》《老友记》。有了这些，我也就不会再执着于那些伟大而大胆的原创想法了。我只需要为已经写好的电视剧中的某一集策划好一个还不错的小想法，这部剧之后就能一炮而红。最终，我成为自己的首个经纪人，平日工作中的那些老板也开始注意到我的作品。

幸运的是，那个老板是汤姆·汉克斯（在福克斯这个临时的泳池漂泊了两年后，我进入了他的制作公司），他有一个项目要我帮忙，这个项目最终成了HBO的一部迷你剧《从地球到月球》。他慷慨地给予了我一个机会，把这个项目的写作任务与制作任务交给我，我的生活最终也因此而改变。几年后，我开始接手《兄弟连》这个项目，这是他这次为HBO执导的另一部迷你剧，不过这个项目是由我和史蒂文·斯皮尔伯格（Steven Spielberg）共同完成的。

这两个项目都是历史题材的系列短剧，直接改编自非小说类书。因此，与其他项目不同，这些项目所涉及的是为一部故事片、小说、戏剧或电视剧想出一个独创的想法。我不需要做任何其他事情——只需要学习如何将这些真实的人物和事件改编成引人入胜的电视节目即可。（并不是说这个任务很容易，也不是说我的整个过程都很轻松、没有犯太多错误。）

谢天谢地，这两个项目都很成功，得以让我以作家的身份踏进了好莱坞的大门，让我有机会向电视台推销自己系列剧的原创思想。这就意味着我可以提出属于自己的、全新的、虚构的想法。我没有现成的系列剧书或非小说类书来支撑自我学习，完全是依靠自己去想一个个的“点子”。

所以我开始为戏剧方面的系列剧做准备。很快，我就明白了这比看上去的要困难得多。我

自己的经纪人否定了我的大部分想法，因为这些想法对于潜在的买家来说并不具吸引力，或者说买家根本就不感兴趣。这时，我才意识到很多东西我都不清楚，需要重新学习。

就在这时，我开始认真地探索，究竟什么才是使电视剧成功的“想法”。我开始把这当成我的全职工作（在一小时戏剧市场），也终于想到了一些令经纪人喜欢的想法，我把这些想法抛售给网络公司，也就是说，他们开始雇我写剧本了。

后来，我开始教编剧并对一些有想法的作家予以指导，我发现他们对于一个想法的生成毫无概念，但他们自身意识不到这个问题，所以我需要教授产生这些想法的关键要素。不幸的是，他们为实现这些想法所做的努力都无法克服这些核心问题。

在大多数项目中，也包括那些专业人士写的作品，几乎每个作家都会遇到这种情况。

因此，我开始根据自己的经验，为准备投入市场的电影或电视剧整理出构思方面的关键要素，这样一来，我也可以把它们传授给其他人。（正如你想象的那样，这也有助于我自身的写作。）我在博客上写了这些，并分享给了与我共事的作家。我才发现它们不仅适用于剧本，也适用于小说、戏剧和其他形式的“故事”，这就是我写这本书的原因。

要想得到一个真正可以成功的想法可能并不容易，但这也不会比做脑外科手术难。最好的想法通常都会呈现出简单明了的基本元素，可供人们学习、研究。前提是我们要摆脱这样的定式思维，即一个还不错的想法就是剧本或手稿的全部。其实，并不是这样的。没错，作品必须在很高的水平上完成制作。但比制作更为关键的，或者比作品最终落到纸上的文字更为重要的是，作品背后所承载的基本想法。所有的一切都取决于此，这确实是个关于“想法”的生意。

在这本书中，我将介绍一则故事中想法构成的七要素，我相信这对于一则故事中心想法的构成至关重要。它们可以被分别提炼成一个词去概括，我将在下一章中分别对每一个要素进行讨论。

但在我们开始之前，我要提出三个简短的警示：

一、我的目标是帮助那些想卖掉自己的作品并以此为业的作家。艺术家或实验性的电影、戏剧或文学作品可能不在这一范围内，但它们仍会获得市场定位层面的赞誉。我将那些对潜在的美国大众具有吸引力的想法视为重点，这就意味着包括商业小说、戏剧以及广泛发行的电影和电视剧在内的作品会广泛受益。换言之，这种故事类型的作家很可能会赢得读者的青睐，让读者愿意去为这个作品而消费，这样下来便能够赚到利润。

二、我的身份主要是个编剧。虽然我相信这本书中的思想同样适用于其他媒体故事，但为了简单起见，比如说，我会使用“剧本”和“观众”这样的词，来替代“书、手稿”和“读者”。当我使用“读者”这个词时，我通常指的是一个作家为了推动他的作品而需要打动的专业读者（包括为他筛选素材的代理商、经理、制片人、出版商和付费读者）。

三、电视剧是一种与电影剧本、小说或戏剧截然不同的创作类型，因为它并不是要讲述一个有明确结局的故事，而是要介绍一个系列剧。这一系列故事中包括许多小故事，通常每个故事中都有各种不同的角色，每个故事都很有吸引力，但是你就是判定不了这个系列故事的结尾。因此，接下来每一章的结尾都有一节是关于如何将这本书中的原则具体应用于

电视剧这一独特的媒介上的。

目录

[第一章 专注于构思](#)

[60/30/10规则](#)

[设置的问题](#)

[你的概念有“多高”](#)

[把日志写好](#)

[第二章 惩罚性](#)

[困难程度](#)

[优秀的故事就像一场完美的竞技](#)

[改编真实故事](#)

[电视节目及其“内部冲突网”](#)

[“惩罚性”清单](#)

[第三章 相关性](#)

[“主角”的作用](#)

[主观看法](#)

[相关的中心事件](#)

[八类故事问题](#)

[受欢迎度](#)

[角色的成长历程](#)

[开篇的目的](#)

[我们为什么关心《黑道家族》的托尼·瑟普拉诺](#)

[“相关性”清单](#)

[第四章 原创性](#)

[熟悉的创作附加新鲜的灵感](#)

[还有一个项目和我的一样](#)

[作家的“声音”与反馈处理](#)

[他们为什么拍不好电影](#)

[医生、律师和警察](#)

[“原创性”清单](#)

[第五章 可信性](#)

[僵尸、外星人和吸血鬼](#)

[拒绝困惑](#)

[剧中的世界和我们的世界有什么不同](#)

[追求“真实”](#)

[“上帝”还是“魔鬼”都体现在细节中](#)

[被迫共存](#)

[“可信性”清单](#)

[第六章 改变命运](#)

[内部风险还不够](#)

[生死攸关的赌](#)

[其他任何事件](#)

[角色要忙于处理自身事务](#)

[未满足的需求](#)

[“改变命运”清单](#)

[第七章 娱乐性](#)

[帮助观众逃离现实世界](#)

[我们所喜欢的感觉](#)

[添加到“戏剧”中的元素](#)

[三要素：富有、性感、迷人](#)

[“娱乐性”清单](#)

[第八章 意义性](#)

[这到底是怎么回事](#)

[直击观众的内心](#)

[角色不会真的发生改变](#)

[“意义性”清单](#)

[第九章 让“问题”发挥作用](#)

[创意来自何方](#)

[寻找故事的想法](#)

[被高估的天赋](#)

[致谢](#)

第一章 专注于构思

一个作家在完成一部剧本后，他们通常会明白，是时候得到反馈了。而最好的反馈，通常是来自那些客观的专业人士或者是那些知识渊博、对手艺精益求精的人士，他们会给出中肯的意见。这样的机会很难得，一定要把握好。

但通常情况下，他们在正式写作之前，不会去找那些对自己的创作想法有很好指导建议的人士寻求反馈，而是直接投入数月甚至数年去完成自己的作品。但就是这一点，对他们最终的作品呈现起着至关重要的作用。那是他们做出最重要的创造性决定的时候。

他们为什么不这么做呢？也许他们担心自己的想法会被窃取。初涉写作行业的作家常常对此异常担心，而专业人士却很少对此忧心忡忡。诚然，一个人不能因为一个故事中一两句话的想法（而不是一些较长的文档，如大纲或脚本）就拥有版权，而且，创作想法很少被窃取，即使真的被窃取了，最终所呈现的作品也会与原作者的作品截然不同。

但我认为更重要的原因在于，对大多数作家来说，创意的产生与发展是一个既痛苦又看不到、摸不着的过程，并且一切看似都不会发生，直到他们构建出场景或至少组建出一个故事。构思故事想法的这个过程让人感觉这并不是在“写作”，但这又确实是创作过程中至关重要的一部分。

代表专业（或接近专业）作家的代理人和经纪人对这一点很明白，所以会坚持要求他们的客户在投入写作之前，先把自己的写作想法确定下来。他们会否定掉很多想法，也会对还在酝酿中的一些想法提出建议，因为他们非常明白，如果没有一个非常强大的想法作为故事的支撑，这部作品是没有销路的。他们不想让客户浪费时间写一个从一开始就有缺陷的剧本。

作为一个编剧，我忽略了自己也处在这个危险之中。作为其他作家的导师，我看到了这个问题存在的普遍性。我读过数百个不甚专业的剧本，几乎所有的剧本都有一个中心思想，但就我在本书中所阐述的原则而言，这些核心思想都有很明显的缺陷。也就是说，如果我在他们开始写作之前就得知了这个想法，我会试图说服他们再重新好好思考一下，润改之后再定夺。我对剧本所做的一些重要“注释”或批注，几乎90%都出于剧本成形之前。所以在你投入写作之前把剧本给我，我才能够帮助你进行接下来的写作。

因此，我现在给作家们提出的第一条建议是：在你开始构建或勾勒剧本之前，要想办法针对你的创作想法获得认真客观的反馈，而不是直接就去写故事大纲，更别说直接去写剧本了。在你逾越这个阶段之前，要致力于努力让人们注意到你的想法，并且你自身一定要做一些实质性的反思。这个过程可能要持续很长一段时间，会涉及很多不同的想法，你很可能对其中某一想法非常激动，但没过多久又会对其心灰意冷。你要明白其中大多数想法永远都不会赢得专业读者的青睐，这就意味着已经完成的剧本也不会吸引读者。难道你不想现在就把这个“漏洞”补好，而非要等到几个月之后再来修补？因此，无论是向作家朋友讨教，还是向一些需要付费的专业顾问进行咨询，总之要想办法获得与你的故事想法相关的高质量反馈。

60/30/10规则

我想说，一个项目能否获得成功，有至少60%的因素取决于核心想法，这个想法用简短几句话至多一页纸长的摘要就可传达清楚。而专业人士正是在阅读完这份摘要后，才会考虑是否愿意进一步阅读。

想想看：我们能否获得这个机会，最重要的是，或者有60%的因素取决于故事基本想法中所包含的内容。但这并不主要涉及这些月以来你在大纲、写作、重写以及获得反馈等方面取得的成果，这些不是最重要的部分。最重要的是在这之前发生了什么。

但是，要想提出这一基本的想法，并非易事。要想得到一个令专业人士感兴趣的想法，那就更需要花费大量的时间去反复践行了。我们大多数人都不想花那么多时间去质疑自己所架构的核心故事前提。但现实是，“市场”会对故事想法提出质疑，通常会对其有所驳回，并会否决我们付出的所有努力，除非我们有一个在市场上行得通的想法。

尽管多年以来作家们一直在追求“这门手艺”，但许多作家（如果不是大多数的话）曾经提出的故事想法，都不符合此书中所阐述的标准。这也是大多数人永远不会卖掉自己的任何一部作品或成为专业人士的一个重要原因。他们可能会专注于场景写作和叙事结构以达到专业水平，但不会专注于去理解怎么做才能构思出一个可行的想法。最重要的是，对这个可行的想法要有一个正确的理解。

如果你从这本书中没有获得其他什么收获，但一定要记住“60%”这个数字，并且一定要相应地重新配置你为了得到一个“基本想法”所做出的努力。你需要花费更多的时间和精力在想法的构思上。作为一个作家，你的首要目标是要搞清楚一个优秀的想法是由什么构成的，以及如何才能构思出这样的想法。

一旦你构思出一个切实可行的想法，并且对其有了合理的把握（因为你已经和其他人彻底审查过了），才能把注意力转向另外那40%的过程，此时接下来的40%才是有意义的。

那40%是由什么组成的呢？

对我来说，一个项目能否成功，有30%取决于对故事结构的选择，即接下来的故事会出现什么场景，或者你在大纲中能看到什么。

这就意味着一个作品成功与否，只有10%关乎你是如何进行表述的，即最后成品中的景物描写与对话描写，真实的场景描写对一个成功的作品只能起10%的作用。

这对许多新手来说似乎令人震惊。最重要的是在正式写作前所做出的努力，这个过程对于你的作品能否成功，占有九成的分量。

再说一次，我并不是要表达剧本的写作水平非得是一流的，才能有助于作家的职业生涯，才能在某种程度上帮助其事业向前发展。当然了，如果你的场景描写能力非常好，勾勒结构和大纲的能力也非常强，那就再好不过了。我只是说这两件事不是决定项目成功的关键因素。事实上，这两种能力通常是不为人所知的，因为如果你的想法在起初就不过关，也

就不会有机会展露你的写作水平。

至于为什么把握不住机会，原因很简单：在这本书所述的七个元素中，一个或几个元素并不足以概括那些被普遍认知的关键性元素。所以无论是谁，仅凭这点就能想到一个好主意还是不够的，对于创作过程中的这些关键元素，即使不同的读者也会使用不同的术语来进行描述（或者，他们可能根本就没有意识到，这些才是他们所要寻找的并予以最佳回馈的东西）。

设置的问题

任何故事都有一个核心问题，整个故事就是围绕着解决这个问题去展开的。作者要想法让故事中的主角积极参与到这个挑战中来，这无疑要集中他们的注意力。集中全身的精神，调动自身的情感，当然还要充分考虑到作品的受众，让受众在阅读或观影中产生同样的共鸣。通常情况下，一则故事进行到10%，就开始进入正题了，接下来事件会持续酝酿（整个事件会变得越来越糟，越来越困难），一直到最后才被解决。一个故事的立意就是那个核心问题。也就是说，主人公所面临的、亟待解决的问题是什么，这个问题有多么困难、多么重要，以及他们中途会遇到什么阻碍，他们又会通过什么办法去解决这个问题。这些才是专业人士希望从你的日志或摘要中所要了解的内容。除非他们能从你的故事中看到符合以上条件的问题设定，并且他们认为这个问题听起来确实是可行的而且非常有趣，否则他们不会有兴趣阅读接下来的内容。

那么，是什么让“这个问题”（即你的基本故事立意）变得可行呢？

它需要具备以下七个基本特征，巧的是，每一个英文单词的首字母组合起来正好是“问题”这个单词：

一、惩罚性

不仅整个故事都要围绕解决这个问题展开，而且主角在故事的每一个场景中，几乎都在试图解决这个问题。但通常他们是解决不了的，因为这个问题非常复杂棘手，在解决的过程中，情形会变得更加复杂。如果不存在这个问题，也就不需要一个完整的“故事”来解决问题了。这个问题难以解决，主人公在与之搏斗的同时，被它围困住了。

二、相关性

我们需要对一个故事的主要人物、他们的主要任务，以及这个任务的重要性，在人性化层面上很容易有认同感。正因为如此，我们在观众那才能够强烈地感受他们是否达到了自己想要的结果，从而让我们决定是否要继续把故事讲下去。我们甚至设身处地地为他们着想，仿佛他们的问题就是自己的问题。观众选择继续看下去，是因为整个故事让他们感觉与自己密切相关。整个画面生动鲜活，主人公们一直在努力解决一切问题，尽管在这个过程中，他们会遭遇诸多困难。但如果他们不这样做，就会感觉事情的发展进程没有那么令人信服，随之，观众也就不会那么感兴趣了。

三、原创性

整个故事的发展前提及其叙述方法都是崭新的，尽管它也符合传统上人们对一个好故事和优秀题材的认定。作品的立意中一定要有一束独特的火花，最好能听到属于作者独有的声音。

四、可信性

当我们在听到或读到某个想法时，很容易对其理解，甚至会由此对整个故事充满兴趣，从某种程度上，感觉这一切是可信的。换句话说，我们感觉这一切都是真实发生的事件。我们很容易就能看出来，角色似乎很清楚自己想要做什么、需要做什么以及该采取什么行动。这一切听起来都是很有道理的，不会让人们提出任何问题，也不会对所发生的任何事情产生怀疑或困惑。

五、改变命运

一个中心故事的“使命”意味着，观众所牵挂的主角要面对一个非常重要的挑战了。如果这个问题不解决，他们的生活将会更糟糕，这简直不堪设想。从本质上讲，他们所处的外部环境就充斥着危险。只要这些问题得以解决，场面就会比现在好很多，而且一切都会好起来。此外，在历经挑战的这个过程中，他们也会以一种非常重要的方式让自己发生质的改变。但前提是，必须有来自外部的风险。

六、娱乐性

不管是纸质作品还是荧屏作品，故事中试图解决问题的这个过程一定要很有趣，而且要符合相对应的体裁。无论是喜剧片、动作片还是悬疑片，观众都能从中体会到自己希望得到的那种情感。所以对他们来说，这就像糖果一样——是他们越来越想要的东西，是他们真正喜欢的东西，他们对于自己喜欢的东西从不会吝惜花费时间和金钱。

七、意义性

当观众看完这个故事后，他们会感到自己的生活增添了某种意义，会察觉到生活中有一些值得去探索的东西，而正是这些让他们在故事之外的现实生活中产生了共鸣。观众所看到的不仅仅是浮于表面的情节，而是蕴藏在作品中对他们的生活充满意义的东西。

这听起来很简单、很浅显，对吧？如果你的立意同时具备这七个特点，那么你的作品一定会引起经纪人、代理商、编辑或制作人的兴趣。

或许这听起来也不那么简单，或许这些特点不可能同时实现。如果你有点被这项任务压得喘不过气来，这时候你可能就已经意识到这是一项多么重要的工作了。

那些怀有抱负的作家却很少取得成功是有原因的，同样有抱负的作家能获得如此丰厚的回报也是有迹可循的。很少有人能在一个剧本或一个创意中就能成功囊括以上七点要素。

当我们遇到自己最喜欢的故事时，甚至都没有注意到，故事的作者对以上要素处理得是如此自然。从我们的消费经验来看，这些都是好故事的基本标准，可以说是不言而喻的。但这并不意味着作者很容易能获得成功。现实是，要创造出看似不费吹灰之力的东西，需要付出巨大的努力。而作家通常不会天生就具备实现这一目标所需要的东西。