

救猫咪



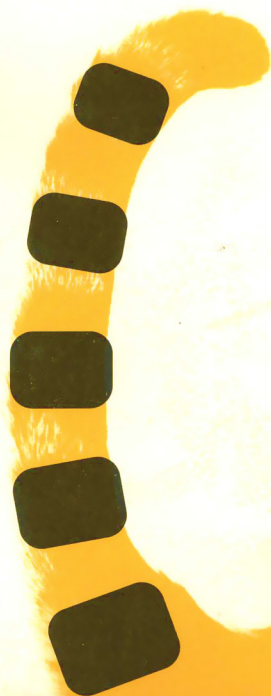
SAVE THE CAT!

The Last Book on Screenwriting You'll Ever Need

电影编剧宝典

布莱克·斯奈德 / Blake Snyder 著

王旭锋 译



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

导 论

又一本电影编剧书籍!?

我相信很多人都会这么想。

某种程度上,这么想是对的。已经有很多优秀的电影编剧指南书了。如果你想了解电影编剧书籍的起源,那就去看看希德·菲尔德大师的书,他率先写了电影编剧书籍,把知识传播给他人。

还有很多优秀的电影编剧书籍和课程,其中很多我都体验过。

我喜欢维基·金(Viki King)的书《如何在 21 天内完成电影剧本》(*How to Write a Movie in 21 Days*),虽然书名听起来好像不太可能,但我确实在 21 天内完成过剧本并卖出去了。

我也认为约瑟夫·坎贝尔(Joseph Campbell)的书很有价值。《千面英雄》(*Hero With A Thousand Faces*)一直是叙事方面最优秀的书籍。

当然我也觉得罗伯特·麦基的课程非常精彩。麦基就像电影《力争上游》(*The Paper Chase*)中的约翰·豪斯曼(John Houseman),如果你是有抱负的电影编剧,你至少应该参加一次他的研讨班。那是太值得怀念的教室!

最后,对任何看了很多电影,看够了烂片以至于想“我都拍得比他好”的人士来说,可能觉得根本不需要“编剧指南”。

那为什么要这本书?

为什么现在就要看?

为什么我要告诉你本书与众不同,且可以让你的剧本更上一层楼?

首先,与其他书籍不同,本书是一本用“普通话语”写的书。作为在电影娱乐业工作的专业人员,我从 8 岁开始为我父亲做童声配音,在讨论专业话题时

我常会做速记。不少书籍过于学术,甚至过于枯燥。他们以过于敬畏和尊敬的方式来对待电影——其实电影就是电影!我觉得那种态度起到了阻碍的作用。如果以编剧和电影公司主管常用的速记形式来写一本电影编剧指南,难道不好吗?

其次,没有任何反对别人的意思,但我想有实战经验且卖出过剧本的人写本编剧指南会是件好事。难道你不这样想吗?这是一个我觉得比较有信心的领域。作为编剧我已经干了20多年了,并且以此赚了几百万美金。我卖出过不少高度概念化(High concept)、参与剧本竞标战的专业剧本。还有两个剧本被拍成了电影。

我从很多人那里得到了剧本手记,如史蒂芬·斯皮尔伯格(Steven Spielberg)、迈克尔·艾斯纳(Michael Eisner)、杰弗瑞·凯岑伯格(Jeffrey Katzenberg)、保罗·马斯兰斯基(Paul Maslansky)、大卫·普马特(David Permut)、大卫·科斯纳(David Kirschner)、乔·魏赞(Joe Wizan)、托德·布莱克、克雷格·鲍姆加顿、伊万·雷特曼(Ivan Reitman)及约翰·兰蒂斯(John Landis)等。我还从其他很多人(没那么出名但同样睿智)那里学习知识,学习那些我们都使用、都喜欢的剧本写作知识。

再次,如果写编剧指南的这个家伙,已经把这些方法用于一线编剧研讨班的教学实践,那不是更好吗?

好吧,就是我!

我有与其他电影编剧长期合作的经验。我也把自己的方法和要点教给了一些业内最成功的编剧。我帮这些成功的编剧百尺竿头更进一步。原因是我的编剧方法注重实践,基于常识——最主要原因是:有效。

最后,我觉得在电影编剧书籍中揭露剧本销售的真相应该也是件有意义的事。有很多研讨班和编剧课程设计得像在鼓励不应该鼓励的人们、支持不应该支持的创意。不知道你怎么想,但我发现了这个痛苦的事实。“跟随心灵的脚步!”及“忠于梦想”,诸如此类建议很好,但好像是在做心理治疗。我?我想真正地增加成功的机会。生命短暂。我不想被误认为自己的剧本改编自圣人阿洛伊修斯(Aloysius)的生活,或改编自某个夏天露营时有可能发生在我身上的“真实生活事件”。

那么为什么又来一本电影编剧书?因为我看过的其它书并没有做到书如

其名,没有给读者以在这个领域获取成功的工具。除此之外,这些书为作者服务得比读者还多。我个人不大喜欢教授电影剧本写作课程的职业,我只想把自己所知道的东西传递给大家。此外,我已经做好“传递这些知识”的准备了。我有过很多震撼的时刻,并且已经从大师那里学到很多,现在是我把所学告诉你们的时候了。

我写这本书的原因之一还在于当前拍摄的很多电影缺乏常识。对于电影编剧知识,很多好莱坞创作者忘记了基本规则,忽视了有用的东西,认为只要有电影公司主管及庞大资金的支持,他们就无需遵循那些规则了。

坦白地讲,这一切使我成长为大树。

在我写这本书的时候,有一个特殊现象给了我很多困扰,但从电影工业的角度来看是相当聪明的。它就是“首周票房为王……”的潮流。你花了很多钱投资于电影,然后宣传得天花乱坠,在3000家以上的影院同时上映,以极高的首周票房来收回成本。谁关心由于糟糕的口碑第二周票房就下跌百分之七八十?

这种潮流最困扰我的是他们把所有钱花到演员酬金、特技、广告、市场调研上——别忘了那些打印出来的东西——如果电影创作者花4美金买些纸笔然后遵循电影剧本写作规则,这钱花得更值,影片质量也会更好。

以口碑不佳的《古墓丽影2》(*Lara Croft 2*)为例。他们在这部片子上投了一大笔钱。所有人都不知道出了什么问题。他们想不出为什么不能把设定的观众群拉到影院里。我一点也不会感到奇怪。影片出了什么问题?创作者出了什么差错?对我来说很简单:我不喜欢劳拉·克罗夫特这个人物。为什么呢?她很冷酷且缺乏幽默感。虽然在电脑游戏和漫画里装酷没有关系,但却不能让我有到电影院看这部电影的冲动。创作者以为可以通过她的“酷”来让你喜欢她。这对现代电影中的“人物设计”来说很重要:“她开着一辆酷毙了的小汽车。”这是某些人对于“如何成功地创造主角”的想法。

伙计们,我不关心怎么个“酷”法,这肯定不能成功的。

为什么?

因为让观众喜欢上影片主角是把观众吸引到故事中的最重要的一个元素。

这就讲到了本书的书名:救猫咪!

救什么？

我称之为“救猫咪”场面。人们在影片中不再使用“救猫咪”场面了，但这种场面是本能的。这是我们见到主角并发现他正在做某事的场面（如救猫咪），这个场面界定了他是谁，同时让我们观众喜欢上他。

在惊悚片(thriller)《午夜惊情》(*Sea of Love*)中，阿尔·帕西诺是个警察。场景1是阿尔·帕西诺正在进行精心策划的行动。违反假释条例者被能会见纽约人的承诺所诱惑，但他们抵达时阿尔·帕西诺和警察伙伴们正等着把他们一网打尽。因此阿尔·帕西诺是“酷”的。（他总能想出很酷的主意。）但离开时他做了一些好事。阿尔·帕西诺认出了另外一个违法者，他带着儿子姗姗来迟。见到这个违法的父亲带着孩子，阿尔·帕西诺朝父亲亮了一下警徽，后者马上明白并快速离去。阿尔·帕西诺放这个家伙离开，因为他带着小孩子。即使这样你也可以知道阿尔·帕西诺并没有完全软下来，他对这个违法者说“迟点抓你……”我不知道你怎么想，但我喜欢阿尔·帕西诺。不论他干什么我都会跟随他，其它呢？我还支持他，希望他获胜。一切就因为阿尔·帕西诺和带小孩父亲的两秒钟的交流。

如果《古墓丽影2》的创作者花4美金创作一个救猫咪的场景，而不是花250万美金为安吉丽娜·茱莉(Angelina Jolie)做橡胶外衣，你觉得会怎么样呢？他们的票房成绩或许会好得多。

这就是为什么本书命名为《救猫咪》的原因！“救猫咪”象征着电影编剧的一种基本常识，我希望你能理解，对于电影工业中的某些人来说，这是主导精彩叙事的标志。这是我和我的编剧搭档们在好莱坞这所铁石心肠的现实学校中学到的。

我们，如果可能的话还有你们，从事着把作品推向主流、卖个好价钱、吸引尽可能大的观众群的电影行业。我们想拍出能够走红的影片，如果可能的话还要拍续集！如果你不想因翻篱笆而受罚的话，为什么玩这个游戏？如果你不想拍观众喜欢看的电影的话，为什么拍完片子还要在影院里放给观众看？虽然我也喜欢独立影片，但我想把它逐出大型影片公司的乐园。因此本书主要为想把握主流电影市场的电影从业者而写的。

本书中的所有电影编剧规则、所有个人经验都不是凭空而来的。我跟所有编剧搭档学习，并把本书献给他们：霍华德·伯根斯(Howard Burkons)、吉

姆·哈根(Jim Haggin)、科尔比·卡尔(Colby Carr)、迈克·契达(Mike Cheda)、崔西·杰克逊(Tracey Jackson)及谢尔登·布尔(Sheldon Bull)。我还从对我职业生涯极有裨益的伙伴那里学习,如:我挚爱的经纪人希拉里·韦恩(Hilary Wayne)、我的经理安迪·科恩等等。我也从研讨班学生及网站建设者、那些天生喜欢独立电影的人那里受益,甚至那些以尖锐态度(只有那些富有洞察力的年轻人才有的尖锐态度)提出质疑的人也给了我新的观点。

如果我的“救猫咪”吊起了你学习更多技巧的胃口,那我们就开始吧。因为“救猫咪”是本能的因素之一。这些本能的因素很实用。

每一次。

它们是我希望你能够学以致用甚至打破的规则。希望当你的影片完成并且成为观众喜欢的热片时——你也能把自己的规则传给其他人。

第一章 “救猫咪”的含义

我们都有过这类经验……

那是个星期六的夜晚。

你和朋友们决定了要去看电影。

你们让某人念报纸上的影讯,其他人在旁听着,一起决定看什么电影。如果你是一个有抱负的专业电影电影编剧(screenwriter),这里你就可以学到非常重要的一课。

如果你有幸、有机会成为那个给朋友们念影讯的人,恭喜你,你现在有了推销(pitch,剧本推销、剧本陈述)影片的机会——就像专业人士那样。同时你也会像专业人士那样遇到同样的问题。或许影片由电影明星乔治·克鲁尼(George Clooney)主演,或许还有很炫的特技效果,而且著名电影评论家艾伯特(Ebert)和罗珀(Roeper)都对片子交口称赞。

但这部电影讲的是什么故事呢?

如果你不会回答这个问题,你很快就会知道。如果电影海报及片名不能清楚表明影片的内容,你要怎么来描述这部影片呢?通常你会站在那里,手上拿着报纸,跟朋友们讲些与影片不着边际的信息。人家说影片怎么怎么地,杂志说影片怎么怎么地,甚至复述八卦杂志上明星揭露的情节。很可能在苍白的解释之后,朋友们会说出所有电影人最为害怕的一句话:“还有什么别的电影?”

就是因为你回答不了一个简单的问题:“这部电影讲了什么?”这个游戏的名字叫“电影讲什么”。“电影讲什么”就是电影。良好的“电影讲什么”是这个领域的流通货币。

切换到：周一上午，好莱坞。

结局发生在周末。《综艺》(*Variety*)头版上叫座的灾难大片残垣断壁，余烟缭绕。震撼所有观众的影片的创作者们还在电话旁说着“我早就知道了！我跟你说过的！”而对于其他所有人来说，这个过程周而复始、不断循环。

- 制片人(producer)和编剧(writer)在电影创作主管办公室准备确定影片的“大主意”。

- 经纪人在电话中描述客户写的剧本，他在周末看了好几遍并且很喜欢！

- 电影创作主管和电影厂的市场营销团队一起开会，努力确定即将到来的暑期发行计划中宣传海报的样式。

城市中所有具有消费能力的人或者电影售票员，都想搞清楚周六晚上你的朋友们要问的问题：“电影讲什么？”

如果搞不清楚，他们玩完了。

如果你觉得这听起来太没有意思，如果你不相信好莱坞其实不太在意“故事”及电影制作者(filmmaker)的艺术构想，相信我，那只会变得更糟。这是因为(像你这样)用电影海报来左右观众选择影片，使得吸引观众眼球(影片宣传)的竞争更加激烈了。

有电影、电视、广播、因特网，还有音乐；有三百个有线电视频道；还有杂志；还有运动。实际上，在某个周末，即使是狂热的影迷也只有30秒左右的时间来决定看什么。那些不这么狂热的影迷会怎样呢？你怎么冲破抢夺观众注意力的重重阻碍最终吸引他们呢？

观众的选项太多了。

因此电影制片公司(studio, 制片厂)希望观众的选择简单些。这就是为什么他们会拍摄这么多续集(sequel)和翻拍片(remake, 翻拍)的原因。他们把这些续集和翻拍片称为“预售品”，让人们翘首以盼地想看续集或翻拍片。

“预售品”是指拥有相当多观众的、广受欢迎的影片。这种影片降低了“电影故事”这个因素的影响，因为多数人都已经知道个七七八八了。最近的例子有影片《警界双雄》(*Starsky and Hutch*)、《绿巨人》(*The Hulk*, 又译《无敌浩克》)、《生化危机》(*Resident Evil*)，分别改编自电视、漫画和视频游戏——都有各自的潜在观众群。另外还有一些续集影片如《怪物史莱克2》(*Shrek 2*)、《蜘蛛侠2》(*Spider-Man 2*)、《碟中谍3》(*Mission: Impossible*)、《十二罗汉》

(*Ocean's Twelve*)。这不是因为好莱坞缺乏创意,决策者就是不想让你每周六在那里看海报,实际上不想让你去看新的片子。你对某部影片已有所了解时,为什么要花 10 美元去赌你不了解的电影呢?

或许他们能“撞上”部好片。但如果你根本不知道“电影的故事”,为什么要去“冒险”呢?

对于我们这些专业编剧来说,问题在于我们没有任何这类的预售品,也不可能拥有。我们是些有台笔记本电脑和梦想的男男女女。我们要怎样写出像《阿拉伯的劳伦斯》(*Lawrence of Arabia*)一样优秀、像《特工小子 3D 版》(*Spy Kids 3-D*)有票房的电影?唔,有办法。但要尝试的话,我希望你做些勇敢的事情。我希望你现在把跟剧本相关的所有东西都忘掉,脑海中涌现的大场面、电影原声(soundtrack)、你认识的可能会参演影片的明星(star)。把这一切都忘掉。

把注意力集中在写好一个句子、一句话。

因为如果你学会如何更好、更快、更有创意地告诉我“电影讲什么”,你会引起我的兴趣。顺便提一句,在着手写剧本之前这么做的话,你能把故事写得很好。

繁杂的曲线

我跟很多编剧谈过,有些专业编剧和业余编剧向我推荐过本子,当发现他们过早地开始构思影片的故事时,我的问题都一样:“故事曲线是什么样的?”很奇怪,很多编剧在写剧本的时候都没有考虑过这个问题。相信我,我是过来人。你过于投入到场面中,你忘形于设置《奥德赛》(*The Odyssey*)中的象征性动机,你把它考虑得过于清楚,以至于你忘了一件很简单的事情:你不能告诉我剧本的内容。10 分钟内你讲不清故事的实质。

小伙子,你有点晕头转向了。

就我个人而言,我不想听。

因为我知道编剧还没有想透,没有真正想透。因为一个好的编剧,尤其是

剧本还没有买家的编剧，必须要考虑整个流程中的所有人，包括经纪人、制片人、制片厂主管、观众等。你不可能轻易地“掌控别人的情绪”，那么你要怎么让陌生人产生兴趣？让他们产生兴趣是第一个任务。因此在编剧们开始“淡入”(fade in)时我就会打断他们——因为我知道其他人也会“淡入”。如果你不能以一句简短的话语告诉我“电影讲的是什么故事”，嘿嘿，兄弟，我要先忙别的事去了。在你想好这句话并且吸引我之前，先不要用故事来烦我。

在好莱坞的术语中这句话叫做故事线(logline)或一句话概述。好与不好的故事线之间的差别很简单。当我考虑这个本子、琢磨剧本故事线或看点时，如果我的第一反应是“为什么我想不到？”，这就是好的故事线了。我会随机选一些让我羡慕的剧本来说明问题(www.hollywoodlitsales.com)。这些本子属于我擅长的家庭喜剧(family comedy)，但我们总能从中学习到些东西，喜剧性、戏剧性等等。每个故事线都是包含六七个人物的精彩创意：

新婚夫妇必须在4个离婚的父母家里过圣诞节——《4个圣诞节》(4 Christmases)

刚找到工作的年轻职员参加公司周末聚会不久发现有人要杀他——《退缩》(The Retreat)

畏首畏尾的老师准备和梦中女孩结婚但首先要陪伴被宠坏的未来小舅子——一个警察——可恶的骑车比赛！《一路前行》(Ride Along)(请注意：“可恶的”东西多为喜剧。)

不管你信不信，这些故事线中每一个都包含有相同的事物。在回答“电影讲什么”时，每个故事线都包含了使其成功的四个元素。

哪四个元素呢？

嗯……繁杂的故事线！

有否意外？

好故事线必须要有的一个最为重要的元素是：意外(irony)。我的好朋

友、前编剧搭档、有意思的打字快手科尔比·卡尔向我点明了这个元素，我觉得他说得很对。这既适用于喜剧，也适用于正剧。

一个警察来到洛杉矶看望分居的妻子，妻子的办公室被恐怖分子占领了——《虎胆龙威》

一个商人爱上了雇来参加周末聚会的妓女——《风月俏佳人》(Pretty Woman)

我不知你怎么想，但我认为这两个故事线，一个正剧，一个浪漫喜剧，明显带有意外色彩。意外吸引了我的注意。我们努力推敲的故事线可以称为“鱼钩”，因为故事线起到了“鱼钩”的作用。它勾起了你的兴趣。

值得注意的是我上面引用的电影剧本故事线中都有意外。在《4个圣诞节》中假日原本该有的家庭欢乐由于愤世嫉俗的思想变味了。影片《退缩》中有什么比新员工不是受到公司的欢迎而是受到了生命的威胁更出其意料之外的呢？科尔比总结出来的是：好的故事线必须具备情绪上的吸引力，挠得你痒痒的，不得不抓。

故事线就像书本的封面，好的封面让你马上想打开书本看看里面的内容。在确定故事中的意外元素并深入到故事线中时，或许会发现你其实没有意外元素。如果确实没有的话，不仅故事线可能有问题，故事也可能有问题。或许现在应该从头再考虑一下。再次考虑一下故事线中的意外，很多情况下缺失的都是意外。或许你现在还没有构思出一部好电影。

强烈的心理影像

优秀故事线的第二个重要因素是你必须能够从中看到整部电影。优秀故事线会在你的脑海里绽放灵感，就像普鲁斯特(Proust)^①的玛德琳蛋糕一样。你想像这部电影，或者想像可能的样子，所带来的心理影像会像连锁反应一样

① 马赛尔·普鲁斯特(Marcel Proust)，法国著名作家，曾著有小说《追忆似水年华》等。——译者注。

引发灵感。我很喜欢制片人大卫·普马特为《盲目约会》(*Blind Date*)^①定下的调子：“在喝醉之前，她是个完美的女人”。我不知道你觉得怎么样，但对我来说可以带来丰富的心理影像。我看见一个美丽的女孩，一场糟糕的约会，一个因某种原因想挽回约会的男孩……她就是这样的一个女孩！在这条故事线中，有很多可能发生的事件，远远超出最终发行的影片，但那是另外一个话题了。重点在于优秀故事线除了吸引你之外，还要能引发你的灵感。

在上面专业剧本故事线的例子中，我们甚至能够看到开端和结局，不是吗？虽然我没有看过《一路前行》，但我觉得故事很可能发生在某个晚上，像《下班后》(*After Hours*)一样。这对于这些例子来说都适用。三个故事线都明确地界定了故事发生的时间范围：圣诞节；公司休养所的周末；在《一路前行》中，则是某个晚上。

而且，《一路前行》例子中有个明显的喜剧冲突，因为对立方在正常目标之上对抗。这将发生于一个单纯的、胆小的老师身上，把他放到警察妹夫的充满犯罪行为的世界中。这就是为什么“出水之鱼”的故事这么受欢迎的原因：你可以看见某种人被扔进异端世界后的潜在火花。在那种故事线中，整个故事充满了各种可能性。

你的故事线是否具备这点？喜剧或正剧的结构是否能让我在拟定的方向上思如泉涌？如果不能够，那你仍然还没找好故事线。我再强调一遍，如果你没找好故事线，或许你应该重新检视一下整部影片。

观众和成本(cost)

优秀故事线的另一要点，对于吸引制片厂(studio)买家很重要，那就是为谁而拍的内在感觉以及影片的制片成本。

还是以《4个圣诞节》为例。我可以肯定这部片子面向的观众对象和《拜

^① *Blind Date*，《盲目约会》，1987年由布莱克·爱德华兹导演，金·贝辛格和布鲁斯威利斯等主演。另有2009年由斯坦利·图齐导演的《假扮相亲》，英文片名也是 *Blind Date*。本书中所指片例为《盲目约会》。——译者注。

见岳父大人》(*Meet the Parents*)及续集《拜见岳父大人 2》(*Meet the Fockers*)是一样的。这几部片子都是中等成本、面向所有观众的影片(four-quadrant picture, 四象限影片),以吸引尽可能大的观众群。从《4个圣诞节》基调的内在线索可以看出,这就是编剧们所追求的效果。他们会找两个20岁出头的明星来吸引主要观影人群——年轻人,他们还会让老年人群喜欢的明星饰演父母的角色。我们可以用杰克(Jack)或罗宾(Robin)或达斯汀(Dustin)吗?当然可以!看看德·尼罗(De Niro)在《拜见岳父大人》中的绝佳表现就知道了!

从故事线中我还知道这部电影成本并不高昂。或许还会有那么一两场汽车追逐,还有圣诞树着火(我猜测),但基本上,这就是街区喜剧——这么称呼是因为故事基本上发生在街区,基本上很少有演员和剧组全体成员转场的情况,成本很低。如果我是想拍观众面广、中等预算(由于明星加盟,成本自然有所提高)影片的公司主管,这就非常符合我的需求。我知道怎么处理才能在观众和成本之间取得平衡。

发出去吧!

显然有人确实发出去了。

糟糕的故事线会引发一系列问题,不是吗?确实有很多问题。

你的故事线中包含那些信息了吗?

有杀伤力的片名

最后,好的故事线必须有让人感兴趣的片名。片名和故事线实际上就像一记组合拳,有杀伤力的组合拳一定能让我发晕。跟好故事线里的意外一样,好的片名必须包含意外并体现故事。最近最好的片名之一,是《律政俏佳人》。我觉得这部片子可能有过的糟糕片名有:《芭比上哈佛》(*Barbie Goes to Harvard*)、《完全法律学院》(*Totally Law School*)、《大智若愚》(*Airhead Apparent*),但要有一个抓住其中实质的片名,如果不能真正做到这点,那就傻了,浮

于表面。我嫉妒这个片名。这是个很好的片名！

为了让你了解什么样的片名不合适，我告诉你我最喜欢的烂片名是《爱情还是金钱》(*For Love or Money*，有若干英文重名影片，中文片名分别为《小生护驾》、《甜心法拉利》等)。据我所知，有四部采用 *For Love or Money* 这个英文片名的影片，其中有一部是迈克尔·J·福克斯(Michael J. Fox.)主演的，我说不出其中任何一部影片的情节。从技术层面上来讲，或许你可以把任何一部影片都取名为《爱情还是金钱》。这表明了过于一般的片名可以粗糙到什么程度，也表明了片名的含糊怎么扼杀观众花 10 美元看电影的兴趣。

实际上，好片名的关键因素之一是片名必须是故事的标题。我再次以《4 个圣诞节》为例。即使不能够一鸣惊人，也绝不会差。至少实现了好片名的一个任务，我强调这点是因为这对下面的目标来说至关重要：

片名体现故事实质！

有人可能觉得《4 个圣诞节》还有点模糊，用《圣诞季节》会不会好些？这也表明了“圣诞节”，对吧？但这没有准确描述这部圣诞节电影的内容。片名没有体现故事实质，这部影片的故事实质是：一对夫妻在一天内和不同的家庭度过了 4 个不同的圣诞节。如果过不了片名体现故事实质这一关，那么你还没有找到合适的片名，你还没拥有优秀故事线所需的组合拳。

我承认，我经常先确定片名，然后让故事跟片名相匹配。这就是我构思《核心家庭》(*Nuclear Family*)剧本然后合作完成并卖掉的方式。刚开始确定了片名，然后设计出意外纠葛。核心在这里不仅是“父亲、母亲和孩子”的核心家庭的意思，还有核弹“辐射”的意思。故事线是“不和谐的家庭到核污染地露营，第二天醒来拥有了超能力”。在我聪明且成功的编剧搭档吉姆·哈根帮助下，我们完成了这个剧本，并且在剧本竞价中以 100 万美金卖给了史蒂芬·斯庇尔伯格。我们的片名和故事线符合以上关于意外、连锁反应、观众和成本(面向所有观众，有些特技，不需要明星)，而且片名绝对体现了故事的实质。

这是一部我至今仍然想看的电影。

电影故事

所有成功的编剧都是爱钻牛角尖的人。

我说的。

但我从好的方面来讲的。因为如果说有人理解编剧必要时的自负的话,那就是我。要当编剧就要处理让人窒息的狂热和缺乏自信之间的博弈,要经过很多年才能大声喊出“我是剧作家”。这对于像我这样的专业电影编剧来说尤其如此。我们拿出电影的想法,我们开始“创造”,并且看得很清楚,通常发现自己在写那个烂玩意儿时,已经无法回头了。我们要抛开旁人的说道,努力往前,直至完成剧本。我觉得你应该对这一切表示认同。我建议在一股脑儿钻到剧本里之前,要多花点时间努力把故事线、片名和海报考虑明白。

甚至可以做一些市场调研。

你或许会问,这是什么玩意儿?

市场调研实例

我之前提出过在得出有杀伤力的故事线和片名之前,先不要急着开始写剧本。我知道这很痛苦,但在后面会获得回报。前不久我跟一个编剧在线合作。他还没有确定故事线。他的想法的确不错——至少开头不错,但故事线是模糊的,不能吸引我。我让他回到第一页(几乎是完全重写了)。他虽然发牢骚,但还是重写了。

于是他抛开故事和所有鲜明的场景,重新回到主题并开始写故事线——一项可怕的、费尽心思的工作。他想写出保持故事不变且又符合标准的故事线。在经历多次失败之后,他终于发觉必须重新构思故事线,使其符合意外、观众和成本、清晰的伏笔及有杀伤力的片名的要求。当他最终放弃先人为主

的故事时——哇！故事线变了。

不久，他在拟定的观众对象中获得了较好的反响，然后他的故事开始与故事线相符，并且故事也更精彩了！原先具备的几分意外得到了强化。当简洁扼要的故事线出来后，冲突也变得越加激烈。这是必然的。不然的话故事线就没有起到作用。人物变得更加清晰，故事也更吸引人，所以最后故事线使得具体写作变得更容易了。

这位编剧发现的最好的事情是他挽救了线下(down the line)的所有人(包括摄影、录音、剪辑等人员)，省下了一大笔资金，避免了大堆的麻烦。你想想，在后期制作(postproduction)中还能够进行这种故事线的修改吗？为时晚矣。在投入资金前，应该用纸笔，再加上编剧的智慧，来为后面的工作打下厚实的基础。他不但使拿电影海报鼓动朋友看电影变得轻松，而且使他们在电影院里看到一个更好的故事。一切都是编剧赋予电影更好的“电影故事”的结果。

检验故事线的另一个方法是进行全面的测验。我可能会找任何站立不动的人来测验，也有可能是在星巴克挨个测验。我会请朋友或陌生人来做测验。在谈及我正着手做的项目时，我会和盘托出自己的想法，因为：

- a. 我不怕任何人盗用我的想法(怕被人盗用的都还只是新手)，因而……
- b. 与让人们看影片故事线相比，挨个聊聊你会得到更多。

这实际上就是我所说的“市场调研”。

当我即将向制片厂做剧本陈述之前，当我为影片酝酿新的想法时，或当我定不下来四五个想法中哪个最好时，我会跟“普通观众”聊聊。跟他们聊天时我会盯着他们的眼睛。当他们眼神开始飘忽不定或看往它处时，我失去了他们，这意味着剧本陈述有问题。因此，我要确保跟下一个调研对象聊天时，已经纠正之前忽略的不适当场景或让人困惑的元素。多数情况下，这是很有意思的。

典型的调研是这个样子的：

内景 咖啡豆和茶叶——日落广场 日

人群中有年轻演员、周末的地狱天使、要双份穆哈咖啡冷饮的欧式打扮的混混。布莱克·斯奈德扫视着人群。他逐渐靠近最不可能揍他的人。

布莱克·斯奈德

嗨，能不能帮我个忙？

陌生人（狐疑地）

怎么回事？十分钟后我还有普拉提健身课。

布莱克·斯奈德

很好，我只耽误你一小会。有个电影的想法，

想问问你觉得怎么样。

陌生人（微笑，看看表）

那好吧……

对我来说，这是很理想的情景，我会对各年龄段、各种场合重复这个情景，遍及整个南加利福尼亚——但会侧重于所写剧本针对的目标观众。这类市场调研不但是与人交流的好方法，而且还是获知剧本质量的唯一方式。理想的调研对象是正神游它处的人。如果你能够吸引他的注意，并能始终吸引他的注意，并且他想更多地了解你所讲述的故事，那么你就有了相当不错的电影创意。

你还会发现从电脑前和跟人交流得出的结果之间的差异，如剧本建立在1972年夏令营时的亲身经历之上，这对你来说是很重要的故事，但对陌生人来说可能不值一提。为了始终吸引那个陌生人的注意，你必须想出有效办法，把这个有吸引力的“电影故事”包装得能够让他认同。否则你就是浪费时间！除了朋友们之外，更多的是陌生人买票看电影。在生活中，不论谁站在朋友的立场上来鼓励你、支持你，你真正需要铭记的是陌生人的想法。

有比走出去询问更好的确定剧本质量的方法吗？

高度概念化的“死亡”

以上所有都围绕着一个好莱坞很多人都讨厌的术语：高度概念化。这个术语因处于辉煌时刻的杰弗瑞·凯岑伯格和迈克尔·艾斯纳而出名，当时他们是迪斯尼公司年轻的负责人。

对他们来说，高度概念化就是指我们这里所讨论的——让电影更好看。他们推出了一系列成功的高度概念化电影。你要做的就是看看电影海报（one-sheet, poster 的同义词），然后你就知道了“故事内容”，如《家有恶夫》（*Ruthless People*）、《不义之财》（*Outrageous Fortune*）、《贝弗利山奇遇记》（*Down and Out in Beverly Hills*，又译《乞丐皇帝》）。很多时髦的词汇都会过时，高度概念化也一样。人们已经很多次宣称“高度概念化”已经消亡了。但与本书中我将讨论的很多地方一样，我很少去关心是否流行，更多关心什么是有效的、什么是简洁的。

在我看来，考虑“高度概念化”，考虑“电影故事”，只是一种好方法而已，如果你要用，很正常，没关系。这只是一种为观众量体裁衣的方法，毕竟观众到影院看片子要花不少钱，包括停车费、孩子的临时保姆费。别犯糊涂，虽然杰弗瑞·卡森伯格和迈克尔·艾斯纳很聪明，但高度概念化不是他们发明的，而是一开始就存在的。

想想从 20 世纪 40 年代开始，普雷斯顿·斯特奇斯（Preston Sturges）的影片风行一时，他的《七月的圣诞节》（*Christmas in July*）、《战时丈夫》（*Hail the Conquering Hero*）、《淑女伊芙》（*The Lady Eve*）、《苏利文之旅》（*Sullivan's Travels*），都是以故事线和海报把观众吸引到影院的高度概念化的思路。

再想想阿尔弗雷德·希区柯克（Alfred Hitchcock）的惊悚片，《后窗》（*Rear Windows*）、《西北偏北》（*North by Northwest*）、《迷魂记》（*Vertigo*），还有《精神病患者》（*Psycho*）。

提到这些影片，真正的影迷脑海中可能会浮现每部电影宣传语和海报的画面。核对一下这些片名。所有这些影片，影片片名都以巧妙的方式指出了

影片内容(《精神病患者》的英文片名可能有点不妥当,但我们让这个片子蒙混过关,毕竟那是希区柯克)。

重点在于如果某人以高度概念化来指责你,不管他们是谁,在整个电影生产流程中处于什么地位,你只需笑笑,心里明白那只是清晰而又有创意地告诉潜在观众“故事内容”的好方法——决不会过时。如果有人认为这只是推销员的游戏,而不是电影制作者得出类似于《律政俏佳人》之类片名的方法,那么我坚决反对。在下一章中我们会看到,我们还只是处于为观众量体裁衣的起步阶段。

在这方面我们应该多做些工作。

总 结

你的神经开始变脆弱了吗?痛苦在增长吗?不管是不是老调新谈,我都要说,“电影故事”是编剧开始的唯一起点。剧作者的工作,尤其是电影编剧的工作,必须要考虑到整个生产流程中的所有人员,从经纪人到制片人再到决定拍哪个剧本的电影公司执行官。这项工作始于“电影故事”。

除了好的“电影故事”以外,影片还必须弄清楚影片讲的是什么内容,观众群是什么人。影片的基调、潜能、人物的困境(dilemma)、人物的类型,应该易于理解并引人入胜。

为了更好地构思“电影故事”,专业电影编剧必须能够告诉我们好的故事线——一两句话抓住我们,并告诉我们所有东西。有效的故事线必须满足四个要素:

1. 意外。必须有某种程度的意外并且情绪上卷入到某个戏剧情境当中,就像发痒必须要抓挠一样。
2. 强烈的心理影像。当你觉察到的时候,必须能够在你脑海里绽放灵感。整部影片必须隐约呈现出来,通常还需包括时间范围。
3. 观众和成本。必须界定影片基调、目标观众、大致成本,让剧本购买者明白是否能够盈利。

4. 有杀伤力的片名。优秀故事线的组合拳中必须有好的片名,以巧妙的方式体现故事内容。

这都是所谓“高度概念化”的组成部分,高度概念化电影是指很容易理解的影片。实际上,高度概念化比以前更为重要,尤其是影片要在国际上销售之后。国内票房(box office, B. O.)过去常占影片全部收益的60%,但这个数字目前已降低至40%。这意味着影片会被卖到世界各地,并且要让世界各地的观众能够看明白——现在有一半的电影市场已经在美国之外了。因此,虽然高度概念化这个术语不再流行,但依然是好莱坞积极寻求的模式。你只需找到更快的、灵巧的方法来提供高度概念化的创意。

最后,所有这些都是为了吸引观众,因此,调研创意的好方法是离开电脑出去测试一下。向任何愿意倾听并且提出相应意见的人推销一下影片。从不带情绪色彩的陌生人那里,可以得到超乎你想象的、非常有价值的信息。

技 巧

1. 拿起一张电影海报,试着向朋友推销本周的影片。你能不能够想出改进影片故事线或海报的方法?

2. 如果你已经开始着手写剧本,或者手头有若干个剧本同时要写,那么你可以先拟定每个剧本的故事线,并跟陌生人谈谈你的创意。通过这种方式做剧本陈述后,你有没有发现故事线需要改进?是否让你想起老套的东西?为了符合观众的口味,故事是否需要改进?

3. 找一份电视报,看看电影版块的故事线。故事线和片名是否说明了影片内容。你有没有觉得模糊的故事线相当于电影的失败?故事线缺乏好的“电影故事”是不是这种失败的原因?

4. 如果你还没有剧本创意,试试下面5个游戏,或许可以快速提升你的电影构思技巧。

第一个游戏 a:滑稽

找一个正剧(drama)、惊悚片或恐怖片(horror film),把它改成喜剧片(comedy)。例如:滑稽的克里斯汀——毁掉男孩生活的魔鬼汽车,在汽车建议男孩约会时,就变成了喜剧。

第一个游戏 b:严肃

同样地,选一个喜剧片将其改为正剧。严肃的动物园——《一小撮好人》(A Few Good Men)中关于某个小世界中的欺骗丑闻在摊牌后终止的正剧。

第二个游戏:限于困境的 FBI

这在喜剧或正剧中都有可能出现。确定 5 个 FBI 探员从没去过的地方,把他派到那里去破一宗案子。例如:“站住,不然我揍你!”粗俗的 FBI 探员被派至普罗旺斯的烹饪学校去当卧底。

第三个游戏:某某学校

既适用于正剧,也适用于喜剧。确定 5 个非常规学校、夏令营或教室的实例。例如“妻子学校”:妻子们被有钱的丈夫们送到学校不久后起来反抗。

第四个游戏:对抗!!!

正剧或喜剧。在争议事件中让几拨人处于对立状态。例如:当新开的妓院使小镇居民对立起来时,妓女和牧师坠入爱河。

第五个游戏:我的某某是杀人狂

正剧或喜剧。假定一个不寻常的人、动物或事物,多疑的人可能觉得他是个凶手。例如:“我的老板是杀人狂”。每次小伙子获得提升后,公司里都会出现一具尸体——凶手是公司里的员工吗?

如果你构思了一个家庭喜剧的绝佳故事线,下面是我的 e-mail:blake@blakesnyder.com,我很乐意收到你的来信,如果你的故事线确实不错的话。

第二章 似而不同

编剧经常碰到的难题是如何避免陈腔滥调。

你可以近似于陈腔滥调,你可以围着陈腔滥调跳舞,你可以奔着陈腔滥调而去,几乎就是陈腔滥调。

但在最后一刻你必须扭头离开。你必须要有转折(twist,纠葛)。

坚持那些纠葛,抵制内心“算了吧,没人会在意”的呼声,这是优秀编剧们始终努力达到的目标。

“给我似而不同的东西”,这条规则好像是在一次讨论会上,电影公司执行官萨姆·古德温(Sam Goldwyn)冲我脱口而出的。

保佑这个精明的领导!

从创意到人物,再到场景——从创作的任何一个角度来说,都必须要有—些全新的虚构。但为了搞清楚如何避免陈腔滥调,搞清楚想要表现的风格,首先要搞清楚影片到底是什么类型。这就需要你熟悉成百上千部影片,尤其是跟你的影片同类型的电影。

有件事可能让想从事电影工作的人们感到惊讶,但我觉得震惊——不少刚入行的编剧竟然对所写剧本同类型的影片都不熟悉,其它类型知道得更少。

请相信我,所有成功的编剧都熟悉大量影片。

听听斯庇尔伯格和斯科西斯对电影的说法。他们熟知并能信手拈来地引用成百上千的影片。我所指的引用不是指“逐字地背诵”,而是指“说明每部影片成功在哪里”。电影是一部能错综复杂地制造感情的机器。电影就像拥有精密齿轮和转轮使其精确运转的瑞士手表。你必须能够把它拆分开来又重新装配起来。在夜晚,或在梦中。仅熟知自己喜欢的那些电影是不够的。看过去五年里的所有电影也是不够的。你必须追溯过去,看看各种类型影片的

血统,各类影片成功的发展历程中哪部电影是开山之作,各类影片分别是如何演进的。

这把我引向类型片(genre)的话题。

你们即将进入撰写成功剧本的下一步,即对你的电影创意按照类型进行分类。但你可能会说不。你可能会想,我的电影是新的,不同于以往任何影片!这部影片归不到任何类型里面。

对不起。你出生得太晚了。

你不可能告诉我一个创意,这个创意在经典影片里面找不到影子。相信我,你的电影可以归入到某个类型里面。而这个类型里有你必须知道的规则。为了打破陈词滥调,为了得到似而不同的东西,你必须知道自己的影片大概是什么类型,如何创作不同寻常的纠葛。如果你能做到这点,剧本卖出去的可能性会大很多。另外顺便说一下,所有人,我指的是好莱坞的所有人都是这么干的。所以,为什么不掌握他们掌握的东西?

电影故事……最接近的同类影片有哪些?

现在你的故事线已经定下来了。

如果你采纳了我的建议,到外面去找十来二十个“受害者”向他们作剧本陈述,推销你的剧本,然后了解他们的反应并且做出相应调整,那么现在你的故事线已经在那里“熠熠生辉”了。你知道你已经过了一关了。

你可能已经准备写淡入了。可以开始写了吗?

还不可以!

我要让你先停下来,因为在开始写作前我想让你在“电影故事”之后再考虑一点东西——“电影故事……最接近的同类影片有哪些?”

我再次回到你和朋友们在一起的那个周六晚上。你鼓动朋友们去看电影,他们对几部电影感兴趣。现在他们想在花 10 美金看电影之前,了解得更深入些。好吧,这是个喜剧片。但这是什么样的喜剧片呢?

这种情景让你明白好莱坞为什么有这么多糟糕的影片陈述。我承认为省

事起见用过这种方式,但实际上我很讨厌这种方式,也不建议你使用这种方式。这种方式会惹来人们的嘲笑,真的。紧张的推销员可能会说“这部影片相当于《X战警》(*X-Men*)和《炮弹飞车》(*Cannonball Run*)的结合!”或者“这是一部保龄球场上的《虎胆龙威》!”这种把两部或多部影片结合起来的说法尤其恶心。你坐在这里,努力地想象《希瑟姐妹》(*Heathers*,又译《希德姊妹帮》)和《陆军野战医院》(*M·A·S·H*)结合起来的樣子。那是什么玩意儿?宠坏的小女孩们去参军?医疗救护队空降到中学去拯救正在打枪战的孩子們?什么?所有的推销员都有可能会抓两部成功的影片,希望其中的一些元素某人会喜欢。

(请注意:决不要用核弹来描述疯狂博士的实验。影片决不会是“《伊思达》(*Ishtar*)和《天降神兵》(*Howard the Duck*)的结合”——这是一个例子,告诉你这种技巧是多么的拙劣。)

但是……我得承认我干过这事。

把影片归入某个类型之所以是个好主意,其原因是对你——一个编剧来说,了解所写影片的类型是很重要的。在剧本写作中迷失方向的众多途径中,这是最常见的一种。我写剧本时,史蒂芬·斯庇尔伯格写剧本时,参考其它影片,寻求那个类型里情节和人物设计的技巧,也是很正常的。因此,当你在故事构思中卡住时,或者正准备写剧本时,要多多观摩同类影片,了解为什么某种情节元素很重要,为什么这种元素成功或者不成功,以及哪些地方你可以进行改动来化腐朽为神奇。

实践证明,有10个影片类型可以成为这个过程的好起点。只是个起点而已——我们将逐个研究一遍。

在这个金拉米纸牌游戏^①似的类型匹配中(我是想连牌还是成对?),我很乐意每年都在设定的影片类型中加入更多的影片。我认为你可以把历年来拍摄的所有影片都归入这10个影片类型中,你可以自己完善影片类型库,把其它影片加入类型列表中,但不要勉强。你也可以在类型列表的标准类型(如浪漫喜剧(*Romantic Comedy*)、史诗片(*Epic*)、传记片(*Biography*)旁随手加上注释,因为这些类型的名称并没有说明故事本身的信息。这是我们都必须明

^① 金拉米,gin rummy,是拉米牌中最受欢迎的形式之一,通常是两位玩家,得分牌组由至少三张同样大小或者连续的同花色牌组成。——译者注。

白的。

我划分好的 10 个影片类型如下。

“鬼怪屋”(Monster in the House)型——这个类型的片例有《大白鲨》(*Jaws*)、《异形魔怪》(*Tremors*, 又译《从地心窜出》)、《异形》(*Alien*)、《驱魔人》(*The Exorcist*)、《致命的诱惑》(*Fatal Attraction*), 以及《战栗空间》(*Panic Room*, 又译《颤栗空间》)。

“金羊毛”(Golden Fleece)型——这个类型的典型片例有《星球大战》(*Star Wars*)、《绿野仙踪》(*The Wizard of Oz*)、《一路顺疯》(*Planes, Trains and Automobiles*, 又译《飞机, 火车和汽车》)、《回到未来》(*Back to the Future*), 还有多数“强盗片(heist movie)”也属于这个类型。

“如愿以偿”(Out of the Bottle)型——这个类型包含的影片有《大话王》(*Liar, Liar*)、《冒牌天神》(*Bruce Almighty*, 又译《王牌天神》)、《第九号爱情香水》(*Love Potion #9*)、《疯狂星期五》(*Freaky Friday*, 又译《辣妈辣妹》)、《飞天法宝》(*Flubber*, 又译《乌龙博士》), 也包括我自己写的、由迪斯尼公司出品的儿童影片《小鬼富翁》(*Blank Check*)。

“麻烦家伙”型(Dude with a Problem)——这个类型在风格、基调和情感实质方面, 涵盖了《悍将奇兵》(*Breakdown*)、《虎胆龙威》、《泰坦尼克号》(*Titanic*)、《辛德勒的名单》(*Schindler's List*)这样的范畴。

“变迁仪式”型(Rites of Passage)——所有生活变迁的影片, 都属这个类型, 如《醉乡情断》(*Days of Wine and Roses*, 又译《相见时难别亦难》)、《普通人》(*Ordinary People*, 又译《凡夫俗子》或《慈父严母》)等。

“伙伴之情”型(Buddy Love)——这个类型范畴不仅包括《阿呆与阿瓜》(*Dumb & Dumber*)这种搭档影片和《雨人》(*Rain Man*)这种兄弟感情的影片, 而且还包含所有的爱情影片。

“推理侦探”型(Whydunit)——谁关心谁, 是这类影片的意义所在。包括《唐人街》(*Chinatown*)、《核电危机》(*China Syndrome*, 又译《中国综合症》)、《刺杀肯尼迪》(*JFK*)、《局内人》(*The Insider*)等。

“愚者成功”型(The Fool Triumphant)——最老的故事类型之一, 这类影片包括《富贵逼人》(*Being there*)、《阿甘正传》(*Forrest Gump*)、《戴夫》(*Dave*, 又译《雾水总统》、《冒牌总统》)、《大笨蛋》(*The Jerk*, 又译《愚笨的人》)。

《开心大少》)、《莫扎特传》(*Amadeus*)，还有默片时代卓别林(Chaplin)、基顿(Keaton)以及劳埃德(Lloyd)的滑稽片。

“被制度化”型(Institutionalized)——正如其名，这个类型里有《动物屋》(*Animal House*)、《陆军野战医院》、《飞越疯人院》(*One Flew Over the Cuckoo's Nest*)，以及“家庭”故事片，如《美国丽人》(*American Beauty*)和《教父》(*The Godfather*)。

“超级英雄”型(Superhero)——这个类型不但包含明显的《超人》(*Superman*)和《蝙蝠侠》(*Batman*)，还包括《惊情四百年》(*Dracula*)、《科学怪人》(*Frankenstein*，又译《弗兰肯斯坦》)，甚至也包括《角斗士》(*Gladiator*)和《美丽心灵》(*A Beautiful Mind*)。

你彻底迷糊了吗？当我告诉你《辛德勒的名单》和《虎胆龙威》属一个类型时，你会不会觉得我神志不清了呢？我说友情电影只是爱情电影的伪装是不是觉得我有点搞笑？很好！我们就来深入挖掘一下各种类型影片的精彩天地。

“鬼怪屋”型

《大白鲨》、《驱魔人》和《异形》有什么共同点呢？这几部都被我列入“鬼怪屋”型。这种类型源远流长，很有可能人类讲的第一个故事就是这个类型的。这个类型有两个工作部件：怪兽；屋子。当往这个屋子里加入人物，并让他们不顾一切去杀怪物时，你就得到了一个很原始影片类型，原始到能够抓住任何地方的任何观众。这个类型的电影，我想这么说：“你甚至可以向原始人推销。”这并不傻，这是原始。任何人都明白简单的、原始的戒律：

别……被……吃掉！

这就是为什么这个类型在世界范围内风行一时并受推崇的原因。这些影片很可能在没有声音的情况下仍然能够吸引人。《侏罗纪公园》(*Jurassic Park*)、《猛鬼街》(*A Nightmare on Elm Street*)、《13号星期五》(*Friday the*

13th)、《惊声尖叫》(Scream)系列、《异形魔怪》(Tremors)系列,还有所有的鬼屋及鬼怪故事都属于这个类型。甚至没有鬼怪元素的《致命的诱惑》(Fatal Attraction)也可归于这个类型,其中格伦·克洛斯(Glenn Close)^①饰演的是“鬼怪”。很明显,如果你还不知道《小魔煞》(Arachnophobia)、《史前巨鳄》(Lake Placid)、《深海狂鲨》(Deep Blue Sea)这类影片属于怪兽屋的类型,那就不及格了。

对我来说,规则很简单。“屋子”必须是个有限的空间:海边小镇、太空船、有恐龙的迪斯尼乐园、一套房子诸如此类。必定会有些可耻之事——通常是贪婪(金钱或肉体),促使超自然鬼怪的诞生,比如复仇天使杀掉罪人并放过悔改之人。剩下就是“追踪和躲藏”。如果编剧想给电影大家庭增加一部好作品的话,那么给鬼怪、鬼怪的力量添加新纠葛并引发观众的惊叫,是编剧应承担的职责。

在影片《小魔煞》中,我们可以看到这个类型里的拙劣案例,该片由杰夫·丹尼尔斯(Jeff Daniels)和约翰·古德曼(John Goodman)主演。拙劣的鬼怪:小蜘蛛,并没有什么超自然力量,也不那么可怕——你一靠近它就死了。而且没有屋子!在任何时刻,害怕蜘蛛的居民们都可以说“请检查一下”,然后搭上下一班车离开小镇。

张力(tension)在哪里?

影片《小魔煞》的拍摄者由于违背了“鬼怪屋”类型的规律,影片最终成为了不伦不类的混杂体。是喜剧还是正剧?我们真的会被吓得惊慌失措吗?关于“鬼怪屋”的类型,我可以写出整整一本书,但你不需要我来举办一个“鬼怪屋”类型的电影节,你在家中就可以自己研究这个类型的微妙之处。如果你写的剧本正好是这个类型,我建议你要研究一下。

我想说明一点,虽然有很多种类型要讨论,但“鬼怪屋”这种类型是还没有被拍滥的。总能有方法拍出新的片子来。但是为保成功你必须添加全新的故事纠葛。你必须突破陈词滥调,必须做到“似而不同”。如果谁觉得“鬼怪屋”这个类型已经没有新领域可以开拓了,那么他应该想想牛头人身怪物的神话。强大的鬼怪:半人半牛。不寻常的屋子:处死罪犯的迷宫。但古希腊人会踢开

^① 格伦·克洛斯,美国女演员,演技精湛,曾无数次获奖,被认为是智慧与美丽并重的女人,2007年她被《人物》杂志选为全球100位最美女性之一。

盯着这个成功故事说“结束了。类型已死！我超不过这个作品！”的人，他们不会想象格伦·克洛斯烫着乱糟糟的卷发且醉醺醺的样子。

“金羊毛”型

探索类神话永远都是篝火旁最有吸引力的故事。如果你的剧本可以被归入到“公路电影”，那么你必须知道我命名为“金羊毛”的类型。这个名字来源于贾森(Jason)和亚尔古(Argonauts)去海外寻找金羊毛的神话故事，一般都是这样：主角“上路”寻找某物，历尽艰辛最终发现别的东西——他自己。如《绿野仙踪》、《一路顺疯》、《星球大战》、《哈拉上路》(*Road Trip*)、《回到未来》皆属这个类型。

奇怪吗？

“金羊毛”的转折点(milestone)即主角一路上遭遇的人物和冲突，这跟任何故事的纠葛都一样。由于结构上有点松散，看起来好像不太有联系，但却必须联系起来。“金羊毛”影片的主题都是内心成长；实际上情节就是冲突事件如何影响主角。我们都知道，这是我们真正往前推进的方法——拍好“金羊毛”电影的关键不在于走过的路程，而在于主角前进过程中的转变方式。你的工作之一就是要使那些转折点跟主角紧密相关。

后来我和才华横溢的谢尔登·布尔合作撰写“金羊毛”类型的本子。我们自然而然地深入探讨了“金羊毛”类型的电影。由于我们的影片是喜剧，我们看了《一路顺疯》，并探讨了《雨人》、《哈拉上路》，甚至还有《动物屋》，信不信由你，就是为了努力搞清楚故事本质：一个孩子被军校不公正地开除后回到家里，发现父母已经搬走了，但没告诉他！这实质上就是“单独回家”。（对不起，这不是个好习惯。）我们所做的调整不是关于奇遇（这个奇遇很有意思），而是每个事件对于小主人公的意义。这些事件在很多方面都是不相干的。主角遭遇的任何固定模式的趣事都必须有助于表现使孩子成长的转折点。我们总是会回到老生常谈的“金羊毛”上，在《奥德赛》和《格列佛游记》(*Gulliver's Travels*)及多年来众多成功的公路电影中都可找到“金羊毛”的影子：使故事成功的

不是事件本身，而是主角从那些事件中对自我的认识。

这个类型也包括强盗片。个人或群体进行的所有探险、任务或“古堡里的宝藏”，都落入“金羊毛”的类型，都要遵循同样的规律。其中的任务相对于个人的发现而言，常常变得次要了。抢劫的意义突然变得比纠葛和情节更重要，如《十一罗汉》(*Ocean's Eleven*)、《十二金刚》(*The Dirty Dozen*)、《七侠荡寇志》(*The Magnificent Seven*)等影片。

“如愿以偿”型

“我想拥有自己的金钱！”这是主人公普雷斯顿·沃特斯(Preston Waters)在剧本《小鬼富翁》中说的，我写完剧本后卖给了迪斯尼公司，拍完后改名为《小鬼富翁》(英文名改为 *Blank Check*)，对孩子们小有影响。实际上普雷斯顿很快有钱了，有整整一百万，他将疯狂地挥霍这笔钱。这种如愿以偿在影片中很普遍，因为这在人类中占有相当重要的地位。“我想拥有……”可能是自亚当以来用得最频繁的祈祷语了。充分利用“如愿以偿”的幻想来讲“要是……该多好”的故事，将是优秀的、原始的、任何人都看得懂片子——所以这类片子很多，同时也是这类片子成功的原因。

广受好评的喜剧片《冒牌天神》是这个类型的一个例子。实际上，可塑性极强的金·凯瑞(Jim Carrey)也是另一部“如愿以偿”影片《变相怪杰》(*Mask*，又译《面具》)的主演。给人魔力的并不一定是上帝，也可以是物体——如影片《面具》，或者迪斯尼的影片《万能金龟车》(*The Love Bug*)中有魔法的、名为“赫比”(Herbie)的大众车，或者《第九号爱情香水》里桑德拉·布洛克发明的使异性坠入爱河的配方，或者是罗宾·威廉姆斯(Robin Williams)主演的《飞天法宝》(*Flubber*)里的魔法橡胶。

“如愿以偿”型的英文 *Out of the Bottle* 原意是“逃出瓶子”，这会让人浮现主人把妖怪召唤出瓶子来实现愿望的画面，但“如愿以偿”型的影片不一定非要有魔法。在影片《小鬼富翁》中，普雷斯顿得到百万美元支票时并没有魔法——这里用了远景镜头(long shot)，科尔比和我想办法使这个镜头感觉上

现实一点。但没有关系。不论是神的赐予、幸运还是场景中出现的魔法，都是同样的工具。由于种种原因(或许是喜欢这个小伙子或小女孩)我们会认为这是他们应得的，他们的愿望应该实现了，他们的生活也应该开始改变了。

“如愿以偿”的另一方面，是诅咒的愿望，但仍属于这个类型。这种“如愿以偿”的影片其实是因果报应的故事。金·凯瑞的另一部影片《大话王》是很好的例子(嗯，在这里我们看到“什么样的明星始终适合什么样的荣格(Jungian)原型”的典范了吗?)同样的安排、同样的手段——孩子希望他老爱说谎的律师爸爸再不会说谎，现在，这个愿望实现了。突然金·凯瑞不能说谎了——这一天刚好有一个大案子，他亟需说谎这个最强大的武器。金·凯瑞如果要渡过难关，必须得改变方法并成长起来，藉此，他得到了最需要的东西：妻子和孩子的尊重。《疯狂星期五》也是一个因果报应的故事，茱迪·福斯特(Jodie Foster)和林德赛·劳安(Lindsay Lohan)的两个版本都是。这个类型的影片还有很多的，如史蒂夫·马丁(Steve Martin)主演的《双重身份》(*All Of Me*，又译《衰鬼上错身》)，以及另一个著名演员比利·穆瑞(Bill Murray)主演的《偷天情缘》(*Groundhog Day*)。

因此，“如愿以偿”型的规则如下：如果是个实现愿望的故事，主角必须是个受人愚弄的、无助的灰姑娘，我们会非常认同那些能给她带来些许快乐的人或事物。然而，虽然规则是这么讲的，人的本性也是这么要求的，但我们不愿看到任何人(包括被压迫的人物)长时间成功。最后，英雄必须了解到魔法不是万能的，就像观众一样——因为说到底我们很清楚这种事情不会发生在我们身上。因而要有一个教训，结尾中必须体现出优良的品行。

如果是“如愿以偿”型中因果报应的故事，那么要有相反的结构。背后要有个反应机警的小伙子或小女孩，还要有些可以补救的事物。这是获得成功的小技巧，并且在一开始要有个救猫咪的场景，该场景中即便这些家伙是傻瓜，他们身上也必须要有值得救的地方。在故事进行的过程中，他们从魔法(甚至可能是诅咒)中获得了好处。最后，他们胜利了。

“麻烦家伙”型

这个类型含义如下：“一个普通人发现自己置身于特殊环境中”。如果你仔细想想，会发觉从自身来讲这也是最常见、最原始的情境之一。我们都会把自己当做普通人，这样我们从一开始就会对该类型故事中的主角产生同情。在“普通的一天”里发生了不寻常的事：妻子家被一伙留马尾辫的恐怖分子占领（《虎胆龙威》）；纳粹开始带走我的犹太朋友们（《辛德勒的名单》）；来自未来的机器人告诉我此行目的是要杀我和未出世的孩子（《终结者》）；轮船撞上冰山开始下沉，船上却没有足够的救生船（《泰坦尼克号》）。

这些就是麻烦，大麻烦。那么，这个普通的家伙如何来应对呢？就像“鬼怪屋”一样，这个类型也有两个简单的组成部分：主角，跟我们一样普通的家伙；麻烦，这个普通家伙必须使出浑身解数才能解决麻烦。从这两个简单的元素中，可以衍生出无数组合搭配的情景。主角越普通，挑战就越艰难，如库尔特·拉塞尔(Kurt Russell)主演的影片《悍将奇兵》。

在影片《悍将奇兵》中，库尔特没有超人的力量和技巧，没有经过警校培训。什么都没有。但他碰到了所有人都能理解的、和《虎胆龙威》中布鲁斯·威利斯相同的家庭难题：拯救深爱的妻子。不论主角是否经验老到，挑战的相对难度才是故事吸引人的东西。最重要的规则是：坏蛋越坏，主角显得越伟大。因此，让坏蛋尽可能的坏吧——麻烦越大，主角克服困难的效果越好。不论坏蛋是谁，主角都成功地使出浑身解数战胜更为强大的反面力量。

“变迁仪式”型

还记得尴尬度过的青春期时光及那位你迷恋却不知道你存在的可爱女孩吗？还记得40岁生日聚会上丈夫来到跟前要求离婚吗？生活变迁中这些痛

苦的经历会让我们产生共鸣,因为我们或多或少都经历过。这些成长中的痛苦经历之所以让人印象深刻,是因为多数发生于你生命中比较敏感的时光。这是让我们之所以成为人的东西,也是带来优秀、感人甚至有趣的电影叙事的东西。(影片《十》(10)中杜德利·摩尔(Dudley Moore)就曾把中年危机滑稽地再现于银幕。)不论是正剧还是喜剧,“变迁仪式”都可算一个类型,这个类型中不论是正剧还是喜剧,都有同样的规律。

所有电影都是关于变迁的电影,如果说“变迁仪式”型故事是记录变化的话,就有所偏差了。“变迁仪式”型是关于痛苦和折磨的故事,通常因“生活”这个外部力量而产生。无疑,这个类型跟我们所做的选择相关,但攻击我们的“鬼怪”通常是无形的、模糊的、无法轻易处理的,因为我们无法形容它。《失去的周末》(*Lost Weekend*)、《醉乡情断》、桑德拉·布洛克(Sandra Bullock)主演的《28天》(*28 Days*),以及梅格·瑞安(Meg Ryan)主演的《当男人爱上女人》(*When A Man Loves A Woman*),讲述的都是关于处理毒品和酗酒的故事。同样地,青春期、中年危机、老龄时代、浪漫分手,以及一些心爱之人死亡的伤心故事,如《凡夫俗子》(*Ordinary People*),也是具有共通之处的:在优秀的“变迁仪式”故事中,除了亲身经历者——故事主角之外,其他人都在“开玩笑”。只有这种经历能够带来解决方案。

实际上,不论影片是喜剧还是正剧,鬼怪从处于困境的主角身旁鬼鬼祟祟地出没,故事就是主角慢慢察觉这个鬼怪到底是谁是什么。最终,这些故事中要有屈服,胜者通过屈服于比自身强大的力量来获得胜利。结局是回归人性,故事的教育意义通常是一样的:“这就是生活!”(另一部布莱克·爱德华兹的电影,在影片《十》和《醉乡情断》之间,布莱克·爱德华兹好像有点喜欢这种类型,而且把这种类型的片子拍得相当成功。)

如果你的电影创意可以归入到“变迁仪式”型中,这些影片是值得仔细观摩的。伊丽莎白·库伯勒·罗斯(Elizabeth Kübler-Ross)的《论生死》(*On Death and Dying*)描述了接受的步骤,这种故事类型的结构标志是主角对于无法控制或理解的自然力量不情愿的接受,最终主角能力提升获得胜利,笑到最后。

“伙伴之情”型

我认为经典的“伙伴故事”是进入电影时代之后才出现的。虽然早有一些优秀的伙伴故事(如《堂吉诃德》),但在电影诞生之前,这个种类并没有真正单独成为一种故事模式。我认为“伙伴电影”是由意识到主角无人交流的编剧发明的。故事片(fiction)中很多地方要有内心独白(interior monologue)和旁白。编剧突然想起,如果故事中当主角遇到重要事件时,他有个伙伴可以商量,那会怎样呢?“伙伴电影”因而诞生,从《劳瑞与哈迪》(*Laurel and Hardy*)到《鲍勃·霍普与平·克劳斯贝》(*Bob Hope and Bing Crosby*),从《虎豹小霸王》(*Butch Cassidy and the Sundance Kid*,又译《神枪手与智多星》)到《反斗智多星》(*Wayne's World*)第一部和第二部,“伙伴电影”成为了一种常见类型。两个小伙子像影片《48小时》(*48 Hours*)里那样聊天;两个女孩像影片《末路狂花》(*Thelma & Louise*)中那样交流;两条鱼像《海底总动员》(*Finding Nemo*)中那样说话——都取得了比较好的效果,因为“我和最好的朋友”的故事总是能引起人们共鸣。另外,这些影片很人性,具有普遍性。你甚至可以向原始人推荐这个类型的影片,他(和他的伙伴)会喜欢看的。

优秀“伙伴电影”的诀窍在于它实际上是一种伪装的爱情故事。同样,所有的爱情故事也是伙伴电影,只是增加了潜在的性关系。《育婴奇谭》(*Bringing Up Baby*),《帕特和麦克》(*Pat and Mike*)、《而立之年的女人》(*Woman of the Year*,又译《小姑独处》)、《贴身情人》(*Two Weeks Notice*,《双周情人》)、《绝配冤家》(*How to Lose a Guy in 10 Days*,又译《10天恋爱有限期》、《十天丢个郎》、《十日拍拖手册》),在类型上很微妙,是更为精密的《劳瑞和哈代》(*Laurel and Hardy*),只是其中一个伙伴是穿裙子的。但不论这些片子属于正剧还是喜剧,有性还是无性,规则都是一样的。一开始伙伴之间是相互厌恶的(如果不这样的话故事会怎么发展?),但是他们的共同经历托出一个事实:他们谁也离不开谁;实际上他们都是一个整体中不完整的一半。发现这个事实后引发了更大的冲突。谁能接受自己离开别人就活不了?

这些故事接近尾声时的倒数第二个阶段，会出现一无所有的时刻（第四章中会详细讨论这个知识点）：分开，争斗，再见，然后庆幸摆脱！实际上并不会真正分开。只是两个人都不能够接受离开对方就没法活的事实，他们必须放下自尊来获得胜利。当最后一幕来临时，他们才能实现刚刚所说的内容。

以影片《雨人》为例，伙伴之一是故事的主角，将会负责所有或者大部分的转变（即汤姆·克鲁斯），而另一个伙伴催化了这个转变，本身可能会有些微转变或根本就没有转变（即达斯汀·霍夫曼）。对于这种动态关系，我进行过很多讨论。讨论的精华最后浓缩成“谁的故事？”。某种程度上《轰天炮》（*Lethal Weapon*，又译《致命武器》）就是这样。《轰天炮》是丹尼·格拉夫（Danny Glover）的故事。梅尔·吉布森（Mel Gibson）是变化的动因。虽然梅尔在影片中不会自杀，但我们最关心的是丹尼·格拉夫的变化。这些“催化剂伙伴电影”中，其中一人进入另一人的生活中，产生影响，然后离开，是“伙伴电影”动态关系中的一个重要部分，应该记住。很多“男孩和他的狗狗”的电影都是这样，包括《外星人 ET》（*E. T.*）。

如果你写的是伙伴电影或爱情故事，不论是正剧还是喜剧，“伙伴电影”结构的动态关系是必须了解的。坐下来拿出一打“伙伴电影”，塞入 DVD 播放机，你要有心理准备，你会发现这些影片是多么的相似。这是抄袭吗？桑德拉·布洛克抄袭了凯瑟琳·赫伯恩（Katherine Hepburn）吗？加里·特兰特（Cary Grant）应该起诉休·格兰特（Hugh Grant）侵犯版权吗？当然不。这只是优秀的叙事方法。因为某个原因，节奏都是一样的。

原因就是这样的能够成功。

“推理侦探”型

我们都知道邪恶会藏身于人的内心深处。会有贪婪，会有谋杀。隐蔽的坏蛋要为此负责。但人们对“谁干”的兴趣总是没有“为什么干”这个问题大。跟“金羊毛”型不一样，优秀的“推理侦探”型影片重要的不是主角的变化，而是观众发现了人性中的某些东西，这些东西在“犯罪事件”发生及“案子”开始之

前他们是意想不到的。比如经典的“推理侦探”影片《公民凯恩》(Citizen Kane),其故事是关于探寻人心最深处的空间,并发现了意料之外的东西——阴暗且丑陋,还有问题的答案——为什么?

影片《唐人街》也许是有史以来最优秀的“推理侦探”影片,是编剧的优秀教科书。这是一部可以看无数遍,然后每次观看都可以挖掘得更加深入的电影。使其成为经典侦探片的东西,是所有经典侦探片成功的内因。从《核电危机》到《惊天大阴谋》(All the President's Men),从《刺杀肯尼迪》到《神秘河》(Mystic River),所有侦探片或社会题材的正剧,其故事都游走于黑暗面。这些影片把我们带到街头的阴暗处。规则很简单。最终,我们观众是侦探。在有替身或银幕上的替身帮我们做事时,最终我们必须看透信息,我们的发现必须能够让我们自己感到震惊。

如果你的影片也是这种类型的发现,那么应该看一些优秀的侦探片。注意银幕上的替身如何替代我们。看看为什么对人性黑暗面的研究,通常是对我们自身进行的研究,其方法千变万化甚至有搬石头砸自己脚的嫌疑。优秀的侦探片都是这么干的——这种片子让我们扪心自问:我们真有这么邪恶吗?

“愚者成功”型

在神话和传说中,“愚者”都是重要的角色,以后也一样。从外部来说,愚者或许只是个乡下的白痴,但仔细观察可以发现愚者是最聪明的。作为这样的一个失败者,“愚者”有了身在暗处的优势,使得所有人都低估了他的能力,使他最终有机会成功。

电影中的“愚者”可以追溯到卓别林、基顿以及劳埃德。矮个子、傻瓜、被忽略的人,由于幸运、勇气和决不放弃的特性而成功。在现代电影中,《戴夫》、《富贵逼人》、《莫扎特传》(Amadeus)、《阿甘正传》,以及史蒂夫·马丁和比尔·穆瑞及本·斯蒂勒(Ben Stiller)的很多影片,都会让人思考这个传统是如何演进的,以及这个类型的影片为什么总能占据一席之地。

“愚者成功”型的原则是让受压迫的愚者与强大的坏蛋(经常是权势集团)

对抗。看着所谓的“白痴”实现成功人士才能达到的目标，给我们所有人带来了希望，并且嘲笑了我们日常生活中谨慎遵守的体制。于是，从白宫（《戴夫》）到商业界（《大笨蛋》）再到文化的过度崇拜（《阿甘正传》），没有什么权势集团是不能打败的。

“愚者成功”型电影的要素很简单：失败者——表面上看起来很笨拙、很无能，以至于周围的人都不认为他能成功（在情节铺垫（set-up）中反复这个动作）；一个供失败者进攻的知名人士。通常“愚者”会有同伴，一个知情者，在旁看笑话，不相信“愚者”能够飞出他的掌心：《莫扎特传》中的萨利埃利（Salieri）、《富贵逼人来》中的医生、《阿甘正传》中的丹中尉。这些人物常常首当其冲，愚者开始行动，在一系列事件结尾的家伙最终会出丑，如《粉红豹》（*The Pink Panther*）中的赫伯特·罗姆（Herbert Lom）。他们看清自己后，觉得自己的可耻行为近乎白痴，之前的阻碍太傻了。

不管是《情事不可挡》（*Charly*）之类的喜剧还是《无语问苍天》（*Awakenings*）之类的正剧，其中特殊的愚者都让我们对外来者的生活有所了解。我们总是会喜欢，“愚者成功”的故事也给了我们胜利的间接体验。

“被制度化”型

没有彼此我们何处安身？当我们由于同样的原因结合在一起，我们揭示了为了多数人牺牲少数人的利弊。因此，“被制度化”型讲述的是关于团体、组织和“家庭”的故事。这些故事比较特殊，因为既向组织表示了敬意，又暴露了丧失个性的问题。

《飞越疯人院》讲述的就是一群精神病人的故事。《美国丽人》讲述的是一家子现代郊区居民的故事。《陆军野战医院》是关于美国军人的故事。《教父》是关于黑手党家庭的故事。每部影片中都会有一个关键人物，其角色是揭露团体的目标。杰克·尼克尔森、凯文·斯贝西、唐纳德·萨瑟兰及阿尔帕西诺分别是四部影片中的关键人物。

我把这些影片故事归入“被制度化”型的原因是这些故事里的群体动态通

常是疯狂的,甚至是自毁性的。《陆军野战医院》的主题歌“自杀无痛苦”,更加侧重于表现军人们心态的疯狂,而不是战争的疯狂。当我们穿上制服时,美军的制服,或小马球运动员舒适的棉衬衫,我们就已经在某种程度上放弃了自己的原本身份。这些电影都是关于群体前进中赞成与反对两方冲突的故事。这也是“原始人”都会喜欢的种类。有时对群体的忠诚与常识截然不同,甚至不顾性命,但我们就这么做,而且总是这么做。看别人在打仗(跟我们日常生活中一样),是这个类型这么流行、这么原始的原因。

通常,“被制度化”型的电影会以外来者的视角讲述。他(代表了们)——对这个群体来说是新手,将由经验丰富的人带入群体中。《朝九晚五》(9 to 5)中的简·方达(Jane Fonda)及《动物屋》中的汤姆·哈尔克(Tom Hulce)就是如此。对于新的群体,一般观众可能不熟悉其中的技术、方言或规则,这些人物起到了很重要的说明作用。他们可能口头问:“这有什么用?”然后你就可以跟所有人解释其重要性。这是向我们文明人展示“疯狂”世界的一个途径。

最后,这个类型的所有故事都会面临一个问题:我和他们相比,谁更疯狂?如果要了解为群体所做的自我牺牲怎么会变成疯狂行径的话,看看《教父2》里面结尾时阿尔·帕西诺的脸就知道了。这是一个为了家庭和“传统”的利益牺牲自我的家伙。看看他从哪里开始转变的。这就跟《美国丽人》中凯文·斯贝西最后时刻的发现一样令人震惊,跟《飞越疯人院》中杰克·尼克尔森手术后毫无表情的面容的镜像一样。为什么?因为这是同一类电影,具有相同的信息,以截然相反、变化的方式讲述故事。但由于某种原因都取得了很好的效果。

因为每部片子都遵守这个规则。

每部片子都给了我们似而不同的东西。

“超级英雄”型

“超级英雄”型和“麻烦家伙”型正好相对,定义上也刚好相反:超人发现自

己身处凡人世界。就像格列佛被小人国的小人绑在沙滩上一样，超级英雄的故事要求编剧赋予超人以高尚品德和同情心，并且必须愿意为我们这类小人物解决问题。有很多聪明的家伙和青少年喜欢看漫画，别为此感到奇怪。他们并没有像想象中那样过于远离现实。

但这个类型不都是带斗篷穿紧身裤的超人故事，也不只是 Marvel 漫画公司或 DC 漫画公司中的人物。《角斗士》和《美丽的心灵》(A Beautiful Mind) [都是罗素·克劳(Russell Crowe)的作品，有意思]就是很好的例子，凡人英雄受到周围平庸世界的挑战。在这两部片子中，英雄面对的具体想法才是真正的问题。他们实现了吗？唔，他们没有实现。这就是成为“特殊人物”非常困难的原因。在这点上，《科学怪人》、《惊情四百年》、《X 战警》都是一样的。最后，所有的“超级英雄”故事都是关于“不寻常”的，一种我们凡人可以分辨的感情。超级英雄来到陌生的世界后，必须应对那些嫉妒他独特立场和优秀才能的人。有时候我们都会这么想。所有在射击游戏中被射倒或工作会议上因冒失发言被嘲笑的人，都会同情《科学怪人》中的鬼怪，他被拿着草叉和火把、气喘吁吁的愤怒人群到处追赶。

如何让观众同情布鲁斯·韦恩这样的百万富翁或罗素·克劳这样的天才呢？这可以通过赋予这些优势的同时给他们增加痛苦。这个可怜的家伙饱经折磨！虽然可能很容易就得到治疗(如果他能够穿得上蝙蝠侠的那套工具装，当然能够花每小时 150 美元去就医)，但布鲁斯·韦恩受人尊敬是因为他在回报社会的同时并不追求个人的享受。这就是为什么“超人英雄”系列电影中第一部成功而第二部逊色的原因(如《机器战警 2》(Robocop 2))。给超人特异功能的第一部神话故事都会使“超级英雄”因陷于困境而获得同情。一旦被接受，电影制作者就会忘掉再现那种同情并把观众再次带入“超级英雄”人性的一面。(《蜘蛛侠 2》避免了这种错误，因而获得了成功。)

说句实在话，我们永远不可能真正了解“超级英雄”。实际上，我们对他的认识必定是来源于超人身处被误解困境的同情。如果你写的是“超级英雄”型的故事，有大量的影片故事可供分析参考。由于某种原因，“超级英雄”是长期存在的故事类型：给我们伟大的幻想能力插上翱翔的翅膀，并以一定的现实事件来调和那些幻想。

好莱坞的非常小秘密

我相信看了这些类型清单后，你不但会明白为什么有这么多影片结构类似，而且还会经常发现完全“盗窃”的场景。

是这样吗？其实这样想的话你就错了。

看看由帕特里克·斯韦兹(Patrick Swayze)主演的《惊爆点》(*Point Break*, 又译《终极豪情》), 然后再看看《速度与激情》(*Fast and Furious*)。是吧, 影片之相似简直丝丝入扣。但一个是冲浪游戏, 一个是赛车。那算“剽窃”吗? 算是“欺骗”吗? 再来看看《黑客帝国》(*Matrix*), 然后迪斯尼/皮克萨(Pixar)的火爆影片《怪物公司》(*Monsters Inc.*)。是的, 很相似的电影。这种例子真是不胜枚举:《谁陷害了兔子罗杰?》(*Who Frame Roger Rabbit*)和《唐人街》很像;《小鬼富翁》和《小鬼当家》(*Home Alone*)很像。有些片子中的“剽窃”是有意的, 而有些片子则纯属巧合。但之所以出现相似的情况, 常常是因为所采用的故事模板, 以及由于某种原因必须得重复。所有这些电影都是叙事成功的例子。其中有些片子超级火爆。你觉得有人会指责《速度与激情》“剽窃”了《惊爆点》的故事节拍吗? 除了你我之外还有人注意到这个现象吗? 只怕很少会有。

这里我想让大家理解的重点是——这样可行。由于某种原因可以成功。因为主导叙事的物理定律时刻都在起作用。你的工作是要了解为什么这样可行以及这些故事元素如何拼为一体。当表面上看起来好像在“剽窃”时, 抛开这种感觉。当感觉好像雷同时, 多加一个情节纠葛。当你觉得熟悉时, 你可能需要找个新方法。但至少明白为什么你想要使用雷同的元素和相似的故事。规则因某种原因而存在。一旦你克服了受这些规则所限的感觉, 你就会感叹于这些规则的自由度。只有了解你要突破的东西, 才可能有真正的独创性。

总 结

每个类型的名称表明了影片的类型。但我们并没有采用传统的浪漫喜剧片和强盗片的分类,而是创造了10种新的故事类型。现在这些类型可以帮助你了解电影故事的构思技巧,你没有必要排斥他们。

我说这些话会不会言之过早?

你是个编剧。正如第一章中说过的,所有优秀的编剧都是爱钻牛角尖的人。因此鉴于多年的工作经验,我知道你可能会想:例外的怎么办?《早餐俱乐部》(*Breakfast Club*)怎么办呢? 属于“变迁仪式”型还是“被制度化”型?(答案是“被制度化”型。)哦,对了,《雨人》怎么算? 是“金羊毛”型还是“伙伴之情”型?(答案是“伙伴之情”。)好吧,算你聪明,那本·斯蒂勒的《超级名模》(*Zoolander*)呢?(答案是这就是部烂片!! 实际上这是我最喜欢的烂片之一。但同时亦是“超级英雄”类型的典型例子。)

如果你想寻找例外,那你可能误解了本章的重点——把类型作为叙事的工具。你必须广泛观摩影片。但不可能对所有影片都熟悉。因此,这里提供了一种启动方法。看看你要写的剧本和哪个类型最为接近。也许剧本中某个地方你会借鉴所有类型! 也许你的剧本开始时是某个类型的故事,结束时又是另外一个类型的故事。这也很正常。(我的意思是,我不知道你是否能在今天把剧本卖出,但我们都必须了解这种艰辛的方法。我们是编剧。痛苦是我们的游戏!)

熟知你所写这个片子类型的语言、节奏和目标是很重要的。如果知道是哪个类型,那就要了解那个类型的规律并明白哪些东西是必须的,这样你写的剧本会更好、更让人满意。

当然也更容易卖出去。

这些类型的好处在于能够启发灵感——至少对我来说是这样的。看看列出的类型,看看它们的传承(通常可以追溯到很古老、很经典的故事),可以让

我们知道“似而不同”的工作其实并不是今天才有的。《大白鲨》只是希腊神话《迈诺托》^①的重述，甚至是中世纪屠龙神话的翻版。《超人》则只是现代版的《海克力士》^②。《哈拉上路》(Road Trip)则是乔叟(Chaucer)《坎特伯雷故事集》的升级，不是吗？不管是过去100年的电影故事或过去1000年的故事，不了解你所创作故事的根源，则有点不尊重你所从事的工作的传统及原则目标。

因而，“似而不同”就成为讲故事中总要面对的问题。但这是我们给老故事加上新的情节纠葛、让老故事跟上潮流、对其进行虚构以符合现代人需求的方法。这是我们必须掌握并在编剧实践中学以致用的技巧。在下一章中，我们将讨论如何在这个精彩底色上画出最重要的部分：主角。

技 巧

1. 拿起报纸看看电影版块，重新考虑一下其中的影片分别属于哪个类型。如果你去看那部电影，把它与该类型的其他影片做个比较。你有没有因为影片的类型而对其感兴趣？

2. 拿起手头的电视报，看看影片的故事线。检查影片列表看看有没有你看过的电影，并记下所属类型(根据前面的分类，给你看过的电影记下类型序号即可。)，有用吗？是不是所有影片都能归入相应的类型中？

3. 根据你的电影创意或正着手写作的剧本，确定应属哪个类型。然后列出该类型影片的清单，到当地的音像租赁店看看还有多少影片可以进行分类，相互对比并做记录。能否说明你的电影创意或写完后的剧本属于哪个类型？

4. 最后，对于那些乐于找出例外影片的人来说，可以自己进行分类并取名。每个类型要另找三五部影片。或许你能发现新的类型。

如果你发现了全新的类型，请用第一章“技巧”部分里的 email 地址发送给我。如果这个类型分得确实好的话，我可以在本书下一个版本中添加进去。

① 迈诺托，古希腊神话中的半人半牛的怪物，住在克里特岛的迷宫中并吃掉雅典进贡的童男童女直至被忒修斯杀死。——译者注。

② 海克力士，主神宙斯之子，是完成十二项艰巨任务的大力士英雄。——译者注。

第三章 主角是谁

弄明白影片故事实质的下一步是确定主角。

正如我睿智的老父亲常跟我说的“给我讲个故事，主角是……”

有了这个概念之后，无论何时听编剧振作精神推销他的电影创意时，我希望最好能听到一些版本的“这是一个关于……的家伙的故事”。

为什么这样呢？

这就跟表达思想时引用的事物一样。“主角”是我们进入的通道。不管是史诗电影还是泰德洗涤剂的商业宣传片，我们观众只关心、针对主角。“主角”是我们可以认同的人物——这个主角甚至可以不是人。所有装有杰克（奇异小人）的玩具盒的宣传片及一些代言人的发言，会把我们吸引到所卖产品的故事上，为什么？这是因为某人有过切身体验的话，就更容易传达思想，或者说宣传效果更好。不论是《阿拉伯的劳伦斯》中劳伦斯绞尽脑汁想出进攻亚喀巴的方法“……从地上”，还是泰诺宣传片中勤劳的中产阶级妇女不知头痛何时才会消失，把观众吸引到故事中的原理都是一样的。

当编剧的电影创意很不错时，把观众吸引到故事世界中的主角塑造工作，是至关重要的。我们必须创造出能引起目标观众共鸣的观众替身，并且满足故事的需求和目标。一切始于故事线开端，以某人吸引住观众并让观众认同某事。这就是为什么所有优秀的故事线中，总会包含一些形容词：一个不愿承担风险的老师……，一个有旷野恐怖症的速记员……，一个胆小的银行家……这对于反面主角（antagonist，对手，敌手）也适用，对于反面主角要这样描述：滥用武力的警察，疯狂的恐怖分子，或杀人狂面包师。因此，为使其真正能够引人入胜，我们给影片列表加点“完美”故事线必须包含的东西：

一个描述主角的形容词；

- 一个描述坏蛋的形容词；
- 一个我们人类能够认同的、扣人心弦的目标。

通过厘清主角这些看似微不足道的轮廓，还有企图阻碍主角实现目标的坏蛋概貌，我们可以更好地了解所牵涉的事物，从而使我们能锁定这些事物，精心使其为故事做出贡献。但我们该如何来实现呢？我们将如何满足优秀故事的要求并创造“正确的”人物以便卖出剧本呢？

主角是谁？

每部影片，甚至是约翰·特拉沃塔(John Travolta)“主演”的《低俗小说》(*Pulp Fiction*)及伍迪·艾伦(Woody Allen)“主演”的《爱与罪》(*Crimes and Misdemeanors*)这样的“多线式”(ensemble)作品，都要有一个主角。影片必须是关于某个人的，必须有一两个人物可以让我们关注、认同并支持——能够承载电影主题的人。

即使我们写“多线式”电影，和创造并突出主角一样重要的是，主角不一定是我们想到的第一件事，酝酿“超级”电影创意的方法也不一定是我们想到的第一件事。我不想承认，但说实话，实际上开始写剧本时我心里很少装着主角。通常首先是有创意。如果主角包含在创意里，那是意外之喜。很多人有不同的叙事方法，下面是我个人的方法，我认为“主角”必须服务于“故事”，而不是别的什么东西。一旦你有了金点子、有吸引力的卖点、完美的诱饵，但还没确定主角，那就是时候用合适的故事主角来强化你的金点子了。

一切都为了使故事更好。

很多情况下，确定谁是主角及什么人引导动作发展的关键，都在你的故事线里。在我已售出的剧本里，很多情况下原始创意里已有主线，我要做的就是进一步阐明。在我和科尔比·卡特卖给迪斯尼的喜剧剧本《扑克之夜》(*Poker Night*)中，“周末一个妻管严的老公终于把房子归到自己名下，但在疯狂赌场的扑克游戏中输掉了房子。”这是“和老爸一起去冒险”。还要我再多说吗？为

了充实这个创意,我们要做的就是主角和对手之间玩平衡——让惧内的老爸变为强势人物。

我列举的另一个剧本是卖给环球公司的喜剧片,叫做《三年级》(*Third Grade*),有类似的大前提。这是一个成年人回到三年级的故事。在母校前的汽车超速监视区被逮住后,法官判令主角回到三年级去学习礼貌。很简单的创意,是吧?但把谁放到这个情景中最合适?受到这样的惩罚后,什么样的人会引起最滑稽的冲突?什么样的主角会带来“最长的旅程”并学习最重要的课程?有合适人选吗?嗯,这在故事发展过程中逐渐清晰起来。最需要这种课程的是还没有真正长大的家伙。表面来看,他是成功的生意人,准备在事业上进一步发展——给孩子们设计暴力视频游戏(讽刺不?),但实际上还应该回到学校去学习基本的做人道理。

这是一个需要回到三年级的家伙,但自己还不明白。只有这样的“奇遇”才能让他学到一门有趣而又亟需的课程。这是很有意思的电影创意,其中已经包含了影片的卖点。这个家伙身着阿玛尼服装,带着手机,挤在八岁小孩那样凌乱的小办公桌里,背上可能还印着“踢我”的图案。清楚了?嗯,你当然清楚了。但把某人送回三年级的伎俩,如果不确定最佳主角的话,不会有好的效果。

扩展故事线

很多时候,精彩的原始创意只是提示你要创造最能发挥剧本创意的主角,哪些事是必需的。为了使这个创意能够成功,通常你要钻研这些人物,以便给主角带来最多的冲突、最长的过程、最原始的目标,从而扩充电影创意,使其冲击力最大化。为更好地阐明这点,我们再回头看看第一章中引用的故事线,看看这些电影创意中还有没有其它可能的“主角”。在《四个圣诞节》中,我所知的就是两位主角(lead)是年轻人。他们都来自父母离婚又再婚的家庭——这样带出圣诞节那天要探访四个家庭的问题。我猜这对夫妻想永远在一起,但他们到底还是有些问题。他们回避各自的家庭及成长过程中的问题。他们不

想离婚，但生活中不都是一帆风顺：他们结婚不久！因此，圣诞节这天对他们来说是一个考验。他们会走上父母的老路吗？他们会走自己的路，永结同心、白头偕老吗？当然，我没有看过剧本。我不知道编剧会如何选择，但如果我的话，我会这么做。

倘若意外地，小夫妻有不顾父母家庭因素要相处、相爱一辈子的这种很深厚、原始的愿望，这样的夫妻是值得支持的。这是我喜欢看的电影，因为那些是我祝福的人物。因此，这个“简单”的前提就有了真正的内涵。在影片故事中，我们不但会支持故事中的“正确”人物，还会让他们经历合理的、完整的“旅程”。现在故事就是人物。你可能认为这就是一张有意思的电影海报。

在《一路前行》中，让我觉得创意有意思的部分卖点、部分心理画面，是形容词。“畏首畏尾”的老师 and 有点暴力倾向的小舅子警察同行，目标很原始：对他们都关心的女人的爱。这些形容词告诉了我们故事的走向。对老师来说，这是火的考验：他能否克服恐惧并通过“现实”世界英气勃勃的警察赢得未婚妻的芳心？如果他真的爱她，那么他能够做到的。

但现在，让我们还是以《一路前行》为例，试试其他不同的人物。如果我们随便改变基本前提会怎样呢？如果追求警察姐姐的不是老师而是退伍军人会怎样呢？嗯，这样的话就是完全不同的电影了，完全扭转了我脑海中的样子。现在为使喜剧冲突鲜活起来，这个警察应该是个胆小鬼。他是个巴尼·法夫^①，他的未来姐夫将会在回忆海湾战争和厌战的情绪中教会他几件事情。一起上路可能是出自退伍军人的主意。瞬间这部电影完全变了样，不是吗？但这是另外一回事了，只是表明怎样会有好点子——如果人物不妥，片子就毁了。对我来说，原始创意是最好的。

在《退缩》中，形容词再次告诉我们编剧做得不错。在角色分配方面，这是关于一个少不更事的上班族首次参加公司周末休养的故事——却发现有人想杀他。有意思吧！但我们先研究一下这个人物，看看在这个大前提下还有没有其它路子可走。如果参与休养的这个人65岁，在公司已经20年了，即将退休，那会怎样呢？现在故事变成了公司在员工获得退休金前将其裁掉的故事。基本类似的创意：公司休养；一系列谋杀企图；一个不知为什么成为谋杀对象

① 巴尼·法夫是美剧《安迪·格里菲斯节目秀》中的一个喜剧人物，由唐·诺兹主演。——译者注。

的人。但过程将颇为不同……寓意也大相径庭。观众也是如此：没有人会愿意看这样的影片。

让电影创意“活”起来是很重要的，要以能最大程度发挥电影创意的主角来突出优秀的故事线。说明白点，其技巧在于创造出这样的主角：

在那种情景下能够带来最大的冲突；

情感上能够走得最远；

能够让最多的观众喜爱。

对于最后一点，因我已年过四十，有些特殊体会。现在当我考虑影片主角时，必须总是能够吸引自己。在我脑海里每个人都是40岁。能够吸引我的主角，都是“存在主义的主角”——有点愤世嫉俗却又智勇双全。是的！老实说，愿意看这种影片的观众寥寥无几了。（但是如果真的拍摄出来了，我或许会被法国人誉为天才。）

每当我不由自主地想到写蒂姆·艾伦(Tim Allen)、史蒂夫·马丁或谢伟·蔡斯(Chevy Chase)演的角色时，我都会提醒自己了解现实：好莱坞吸引的主要是年轻观众。这些演员整体上看很不错，作为老少皆宜的家庭影片中的角色，很好！但作为主角可以吗？不行！好吧，或许偶尔可以。一旦我保持了理智并放弃大的改动，我的解决方法是使那位杰出人物和身处困境的年轻人在一起，把身处危机的夫妇变成二十来岁的小夫妻。这些年轻人是看电影的主要人群。这些人是观众们在多厅影院喜闻乐见的主角。

为什么要和观众打毫无可能胜利的战斗呢？

人物的年龄是我的特殊盲点，你也有你的盲点。要记住我们的工作：大众市场；适合全世界观众的高度概念化海报影片。不要认为你和朋友喜欢某个事物，加入某个时尚潮流，或喜欢某种人，其他人就会喜欢。有人曾跟我推销一部影片，编剧说那是一部很好的“根据情歌王子胡利奥·伊格莱西亚斯(Julio Iglesias)量身定制的影片”，他就是这么说的！有人会去看这样的影片吗？（不多吧。）这就是为什么我强调出去跟现实中的人们讲述电影创意并获取他们反应的原因。

盲点的讨论，让我想起了父亲曾跟我讲过的特有意思的事。当时他从事广告工作，有一次向客户推销星期天的电视广告时间，客户是个富翁，觉得这

个主意不好，理由很经典：“星期天没有人会留在家里看电视的，大家都出去打马球了！”

这是我们所有人都要吸取的教训。

原始动力

本书中始终强调，在这里再说一次：原始、原始、原始！

你一定下主角，主角努力成功的动机必须是最基本的。他需要什么？如果是工作上的晋升，最好能跟获取爱人芳心或为女儿筹措手术费用联系起来。如果是和对手竞争，最好会导致摊牌并一决胜负，而不是不痛不痒的搔弄。

为什么呢？

因为最原始的驱动力会吸引我们的注意。生存、饥饿、性、保护所爱之人、死亡恐惧，都会吸引我们。

最好的电影创意及主要角色中的最合适的人物都必须有基本的需要、需求、愿望。基本、基本！

不相信吗？

我们来看看下面的3个故事线，找出各自的原始需求，看看我们的愿望如何表现：

如果《4个圣诞节》中，主角夫妇还没有结婚会怎样？如果他们只是一块儿长大的朋友每年到各个家庭中一起过圣诞节会怎样？前提类似。但去掉了性关系后你还有什么？没有了利害关系，什么都不对了。仍然可以比较滑稽，创意仍然差不多。但我已经没有了原始的根深蒂固的兴趣了。卡掉！

在《一路前行》中，把姐姐和未婚夫的关系拿掉试试看。如果笨拙老师只是签了合同跟警察（任何警察）骑行会怎样？嗯，在这个拉米纸牌游戏似的原始需求中我还能找到“生存”。这位老师仍然必须熬过那个晚上，这对他来说还是有生命危险。但如果警察姐姐/老师未婚妻这重关系作为目标的话，利害关系会与原始需求共鸣。这又跟第二章中的片例一样，差不多是个侠客的故事，不是吗？但把公主作为奖赏使片子有比较好的效果，不论是现代背景或中

世纪背景都一样。

还有一个。可以更加明确。

《退缩》。我们去掉其中的危险。如果片中没有任何凶手会怎么样？如果这只是新总裁的恶作剧怎么办？嗯，奖赏在哪里呢？要使这个电影创意精彩，必须要有死亡的威胁，不然只是公司的培训影片，或者更差点，现有事物的影射。

这些都是关于主角的问题。给他些奖赏，真正的奖赏，原始的奖赏。奖赏刺激是最基本的，这我们都能够理解。让主角需求真实简单些：生存、饥饿、性、保护所爱之人、死亡恐惧。

至于剧本中的角色安排，反响最好的是夫妻之间的故事、父亲和女儿的故事、母亲和孩子的故事、前男友和女孩的故事。为什么？因为我们生活中都会出现这些人物。你说“爸爸”我就想到我的爸爸。你说“女朋友”我就想到我的女朋友。我们生活中都有，因而可以吸引我们的注意力。这样能立即吸引我们的注意力，因为对那些人甚至那些字眼我们都有原始的反应。因此当有疑问时，让你的人物立足于最根深蒂固的意象，使其跟我们息息相关，使其成为原始人（及原始人的兄弟）都能理解的东西。现在跟我说，要原始！

为角色选演员

要做一个成功的电影编剧，常见的错误是知道谁来演什么样的角色。亚当接下来要演一部正剧——来争取奥斯卡奖。重复吉姆（Jim），重复史蒂夫（Steve）。（《迷失东京》（*Lost in Translation*）之后，重复任何人！）我们看过他们最新的影片，或许知道他们在下一部影片里的角色，或许不知道，我们认为最好知道所写电影剧本中他们演什么角色。

我在这里要明确：我们不知道！

这是久经考验的格言：

卖出剧本前不要实现给影片设定演员；

不要为特定演员设定角色；

不要老是有某个演员来演某个角色的想法——你经常会失望的。

梦幻剧本选上梦幻演员的几率是很小的。我给你举个例子：

2004年才华横溢的谢尔登·布尔和我一起写了一个很滑稽的喜剧片。如果总统的直升机降落在敌占区会怎么样？如果他被迫单枪匹马逮捕本·拉登会怎样？这就是我们的大前提。讲的是发现“内在领袖”的总统。这是“银河系对乔治·布什提出的要求”。很有意思，是吧？我们甚至还有一个精彩的片名：《鸡鹰降落》(Chickenhawk Down)。那我们为什么没有卖那个剧本呢？因为大概有两个人可以演其中的总统角色。这是主角。除此之外几乎没有人能够“演出”那部片子。蒂姆·艾伦是我们的首选。那还有谁呢？在选演员上我们所做的是把自己放到角落里。是的，内容很滑稽。是的，故事很精彩。是的，有一天会拍成电影(天知道)，但现在，剧本还是坐冷板凳。清楚没？

我们是专业电影编剧，了解得更为到位。但我们过于沉湎于电影故事(是吗!?)，以至于不能够通盘周全地考虑整个(电影制作的)流程。重要的是给演员的选择多留点空间。你的主角应该能够由很多演员来主演。这些演员应该能够演好这些电影。这也是为什么如此需要年轻演员的原因之一。他们数量庞大，你不知道他们想演什么样的角色。即使你收到演员经纪人的来信，即使演员盯着你的眼睛告诉你下一部影片中，他真正想演的角色是喜剧片中的老师。他在说大话。他是个演员。他们很可爱，但像纯种马一样躁动。

他们不知道下面想演什么。

你也不知道。

演员原型(archetype)

为什么有些演员反复地演某个角色？第二章中提到过，你可以发现电影史上很多大明星把能够某个角色演得出神入化。如玛丽莲·梦露(Marilyn Monroe)、克拉克·盖博(Clark Gable)、加里·格兰特等。再想想金·凯瑞、罗素·克劳、茱莉亚·罗伯茨及桑德拉·布洛克，不是说那些演员不够优秀演

不了其他类型的角色,而是因为要使电影受欢迎,一般要求影片里向我们展示某种原型。

现在出演这些原型的演员只是取代了以前演这些原型的演员。

罗素·克劳难道不是埃罗尔·弗林(Errol Flynn)吗?

汤姆·汉克斯难道不是吉米·斯图尔特(Jimmy Stewart)吗?

桑德拉·布洛克难道不是罗莎琳德·罗素(Rosalind Russell)吗?

这些原型之所以存在,是为了满足我们在影片中看到脑海中影子作品的内心需求。这些演员表现的是我们感兴趣的荣格原型。如果你老想着为这些原型写剧本,而不是明星,选演员就会比较自如了。由于这里并不严格符合荣格学说(虽然我在“荣格”研究上得了“A”),我给你提供一些斯奈德的原型供你参考:

“意气风发的小伙子”的原型——非常美国式的人物,包括哈罗德·劳埃德、史蒂芬·马丁(在他的时代)、亚当·桑德勒(Adam Sandler)以及全能的阿什顿·库彻(Ashton Kutcher),还有霍雷肖·阿尔及尔(Horatio Alger),有点傻,但很勇猛,我们通常希望这类人物能够获胜。

“可爱的好女孩”的原型——心灵纯洁,像小猫一样可爱:贝蒂·格拉布尔(Betty Grable)、桃丽丝·戴(Doris Day)、梅格·瑞恩(在她那个年代)、瑞茜·威瑟斯彭(Reese Witherspoon)。与“意气风发的小伙子”相对应的女性角色。

还有“小顽童”的原型,“古灵精怪的孩子”——杰基·库根(Jackie Coogan)、麦考利·卡尔金(Macaulay Culkin),甚至还有他们邪恶的对手,“坏种子”如帕蒂·麦克米克(Patty McCormick)之类。

“性感女神”的原型——如梅·韦斯特(Mae West)、玛丽莲·梦露、碧姬·芭铎(Bridget Bardot)、哈莉·贝瑞(Halle Berry)等。

还有男性的版本,“美男子”——从鲁道夫·瓦伦蒂诺(Rudolph Valentino)到克拉克·盖博,罗伯特·里德福德(Robert Redford)到汤姆·克鲁斯,维格·莫腾森(Viggo Mortenson)到迪塞尔夫妇的爱子范·迪塞尔(Vin Diesel)都是。

还有很多,“受伤大兵回去执行最后一次救赎任务”的原型,保罗·纽曼(Paul Newman),现在是克林特·伊斯特伍德(Clint Eastwood)。“麻烦中的魅力女性”的原型,如维罗妮卡·莱克(Veronica Lake)、安吉丽娜·茱莉。“可爱

的花花公子”的原型加里·格兰特和休·格兰特。另外还有议会的嘲弄者丹尼·凯伊(Danny Kaye)、伍迪·艾伦、罗博·施耐德(Rob Schneider),聪明的祖父亚力克·吉尼斯(Alec Guinness)以及现在同样胡须、同样着装的伊恩·迈凯伦(Ian McKellen)。

还有魔法小矮人、骗子、伙伴、会说话的动物、老处女、男巫、牛皮大王、守财奴等——总会突然出现。反而复之。在故事中出演同样的人物、具有同样的功能。跟了解故事类型的历史一样,了解人物的发展历程也是必要的。

你不一定像约瑟夫·坎贝尔所见那样,不论演员招募中谁比较热门,原型绝不改变。每个原型都有我们愿意再三看到的故事曲线(story arc)。也就是说要把我们潜意识中的东西和银幕上看到的東西匹配起来。谁应该获胜,为什么?谁应该得到报应,为什么?尽管有政治立场、流行时尚的要求,我们仍然希望正义惩罚我们讨厌的人物,我们崇拜的人物得到胜利。这类主角的故事及使其故事吸引人的数学方程式已经深入到我们的DNA基因里面了。你的工作,你最简单的任务,是忘记明星,集中精力到原型上,努力赋予原型一些新的东西。

特殊情况

现在,为了较真的读者,我们来谈谈例外的情况。在要创建线性的、简单的电影主角时,我们很容易看懂。但特殊情况呢?多线式呢?传记片呢?人物来源于不相干的神话故事的动画片是什么情况呢?

OK!

是的,总会有些特殊情况。但在所有这些例子中,不论是线性简单还是特殊情况,找主角的方法是一样的。

以传记片为例。人家把某人的生平故事给你,你要从中提炼出一部电影来。如果那个人不太可爱怎么办?或者他的所作所为不那么让人称道怎么办?我们来看看金赛(Kinsey)。那些了解著名的性学先锋阿尔弗雷德·金赛的人,会明白编剧(比尔·刚顿(Bill Condon),同时也是导演)面临的问题。金

赛是个怪人。他以朋友和邻居为对象进行性学研究，监视他的妻子，以很多人反感的方式进行课题研究。在这个故事中寻找主角也就意味着寻找“坏蛋”。但既然他们能够从色情文学大师拉里·弗林特(Larry Flynt,《好色客》杂志的出版者)的生平中提炼出一部电影《性书大亨》(*The People vs. Larry Flynt*),把他塑造成一个英雄,那么为什么不能采用这个模式?刚顿就是这么做的。

《美丽心灵》的编剧在数学家约翰·纳什(John Nash)身上也遇到了同样的问题,他对数学家的生平故事进行了一些篡改使其更合人意。编剧对数学家爱情生活中的不光彩进行有意的忽略,为了影片的连贯性把现实中的两个妻子变成一个。在代理人的引导下,这种善意的错误和删减在不断上演。

当著名的汽车生产商、德罗宁跑车的缔造者约翰·德罗宁(John DeLorean)的传记片落到我头上时,我自己也遇到了同样棘手的难题。当我研究发现,他不是由于激进的设计理念被底特律三巨头(Big Three,即通用、福特和克莱斯勒三大汽车公司)抛弃的“失落的”怪人,而是有点像某些报道上所说的骗子。这些都没关系,但谁是这个故事的主角呢?我的解决方案是让我看过的一本书的作者成为主角,他曾跟随德罗宁打天下,后来对德罗宁及他的“梦想”逐渐失望。通过这个局内人对德罗宁起落的描绘,展示了他如何被愚弄,给了观众进入故事的“入口”。我甚至把剧本起了个很好的名字《梦幻汽车》(*Dream Car*)。做传记片必须遵守所有故事的规则:首要的是,这是一部关于……的片子,他必须能够得到我们的支持。

至少要得到我们的理解。

编剧在写多线式作品时也会遇到同样的问题。正如《低俗小说》中约翰·特拉沃塔及《爱与罪》中伍迪·艾伦所证明的,主角不一定是影片中出场最多的那位。但多线式作品确实给你如何着手带来了特殊的挑战。一部作品 12 个人物,每个人物的出场时间(screen time, 银幕时间、放映时间)都差不多,那这部影片讲谁(谁是主角)?

堪称多线式作品大师之一的导演罗伯特·阿尔特曼尤精于此道。《纳什维尔》(*Nashville*)、《情挑洛杉矶》(*Welcome to L. A.*)、《捷径》(*Shortcuts*)都是交叉的人物速写,没有中心主角。但阿尔特曼有不同的见解。纳什维尔这座城市成为影片《纳什维尔》的“明星”,《捷径》和《情挑洛杉矶》是以洛杉矶为主角“明星”的。虽然这些作品不是传统主角的故事,但阿尔特曼找到了方法

并坚持了下来。他通过创造新型的可以支持的主角，真诚地表达了其中的寓意。

像任何故事一样，多线式作品中的“主角”通常都是承载电影主题的那位。在有疑问时，你的电影中谁起到了承载电影主题的作用——谁最坚决地起来反对他人，谁成长得最快？在找任何影片主角时，你马上会问出同样的问题：谁带来最大的冲突？情感上谁走得最远？谁最可爱？我们最支持谁，最希望谁获胜？这个“谁”就是影片要讲的那个人（主角）。

基于现实题材的动画故事所带来的难题通常有所不同，尤其在进行不同文化和年代差异的诠释时。后面我们会讲到迪斯尼的《阿拉丁》(*Aladdin*)里的主角如何从原文中不受欢迎的街头顽童(在创造他的文化里会比较受欢迎)变为可爱的、现代的弄潮儿。同样对于迪斯尼的《花木兰》(*Mulan*)、《风中奇缘》(*Pocahontas*)、《钟楼怪人》(*The Hunchback of Notre Dame*)，编剧也碰到了类似的挑战，同时混杂了主角变动带来的影响，还有主角故事讲述方式的难题。但不论你的演员是史前动物还是特殊的昆虫(《小蚁雄兵》(*Antz*)、《虫虫特工队》(*A Bug's Life*))，拿出有吸引力的故事线的过程是一样的，确定影片主角的过程也是一样的。

这些例子中最重要的规则是不论如何坚持基本原则。所讲的故事是关于这样的一个家伙：

我能够认同他；
我能够学习他；
我有充分的理由接受他；
我认为他应该获胜；
而且有原始的奖赏并能真正吸引我。

遵循寻找影片主角的简要秘方，你就不会犯错。不管交给你什么任务、素材或千奇百怪的画布，你要通过寻找故事核心来确定主角。

服务于故事线

在为你的故事找到主角并确定其原始目标后,就应该回到故事线开始添加你学到的东西,使故事进一步完善。如果感觉有点像我坚持的“成为故事线的奴隶”,那么你就对了。

故事线是故事的DNA编码基因,是必须始终如一的东西。如果故事线不错,如果具有优秀电影创意的特征,那么故事线应该能在剧本写作过程当中给你一切提示。总之,对你这个编剧及影片面向的观众群来说,故事线都是试金石。如果真正发挥好故事线的作用,你会创作出最好的故事。如果在剧本写作过程中发现偏离了故事线,那么你最好有充分的理由。

对于故事的主角尤其如此。

故事线讲述的是主角的故事:他是什么人,要起来对抗什么人,有什么危险。简洁有效的一句话概要(故事线)可以告诉你所有的信息。明确故事线并贯彻故事线,不仅是很好的练习,而且还在你着手写作乃至完成剧本时,对你的故事发挥至关重要的作用。通过审核主角是谁、他的原始目标是什么以及给主角实现目标设置障碍的坏蛋,你可以更好地识别并扩展故事需求。如果故事线具有冲突最大化、立场最明确的主角和坏蛋,还有最清晰、最原始的目标,那么这个故事线是成功的。一旦你确认了这些参数有效,就要贯彻落实。在你开始写剧本时,用这个故事线来复核你的效果。如果找到更好的写作方法,那就要重新再理清故事线。自始至终,要让“主角”不偏离轨道。从最初的想法到剧本完成,故事线都可以帮助你**不犯错误**。

总 结

找到故事主角是拿出吸引人的电影创意中第二个重要的内容——吸引人

就是说“卖得掉”。实际上,角色分配和创意是拍摄任何电影的起点。“讲什么故事”和“故事里主要有哪些人”是任何电影观众都会首先问的两个问题,对从经纪人到制片人到电影公司总裁(studio executive)等人来说,也是如此。“主角”和“故事内容”以令人心动的方式结合起来,才使得我们对故事的发展感兴趣。

理想的主角是在那种情景下带来最大冲突、最长情感历程及大家都支持的原始目标的人。生存、饥饿、性、保护所爱之人、死亡恐惧都会吸引我们,主角通常也是我们本能地认同的人,这就是为什么在同样的情景和故事线中,母亲和女儿、父亲和儿子、兄弟和姐妹、丈夫和妻子比单纯的陌生人更适合作为片中主要角色。

在故事线中具备这些元素后,你必须要有个形容词来描述主角,有个形容词描述坏蛋,以及描绘简洁而原始的目标。

技 巧

1. 回顾各类型中你想写的影片列表,逐个写出故事线。注意,要选最恰当的形容词给类型的主角、坏蛋以及主角的原始目标。
2. 从你的影片类型列表中你能识别出什么样的演员原型?主角是什么类型的人物?过去和现在有哪些演员可以演哪些角色?
3. 说出一部多线式电影并确定其主角。是否每部影片必须要有个主角?说说那些故事中不需要主角的电影。
4. 最后,如果有足够的勇气了,试着给下面的创意写写故事线:小伙子得到了一辆会说话的汽车。利用你所知的强化主角、坏蛋和原始目标的方法,为这个创意写个故事线。一定要用合适的、能抓住观众心灵的形容词。

第四章 开始写剧本

渴望开始写剧本吗？

当然很想！

现在我会让你开始写剧本了吗？

保持那种渴望！

但你肯定离目标越来越近了。回顾一下目前为止已经掌握的东西。你已对一句话概要(故事线)进行了润色,并为故事线对足够多的“普通观众”进行了推销;你已经观摩了足够多跟你所写剧本同类型的影片;你已经得到了理想的主角和反面主角,放大了主角的原始目标及主角实现目标道路上的冲突。现在你应该吸收关于这个剧本的所有信息,想想该如何写这玩意儿。

当我开始着手做新的电影创意时,没有什么比“让我们把剧本打出来”的呐喊更激动人心的。也就是说,现在应该把那些重要场面、创意及人物都“放到台面上”,看看什么东西会怎么样、那个人物会干什么事、是否想到的每个场面都用得到……或者一切都要推倒重来。

现在是你仔细衡量的时间,现在的三思而行会给你节省时间,让你“一个节拍一个节拍”地推敲,并建立剧本的基础和框架。

现在应该来讨论剧本的结构了。

结构、结构、结构

在确定剧本创意、明确主角(为了谁)之后,结构是剧本写作和销售中最为

重要的元素。好的结构是必须的。在你销售剧本时，结构合理的剧本表明在设计坚实合理的蓝图上，你已下足了功夫。电影创作过程中可能有人会改变场景的顺序，删除你的台词，增加或删除人物（一般都会有这类情况），但如果结构上的工作做到位了，并且清楚你的故事为何及如何成功，那么不管他们怎么折腾，你的剧本依旧是强大的。

依然是你的剧本。

并不是要自我保护，但坚实的结构可以确保你作为编剧的信誉。对那些决定谁在美国编剧工会（Writers Guild of America, WGA）中获得加分的人来说，剧本的骨架比故事情节中其它任何元素都管用，剧本骨架将会是作品基本属于你的一个明证。跟那些得分经过美国编剧协会仲裁的编剧们聊聊，他们会这么跟你说的。对于专业编剧来说，你要确保自己存在于影片中，确保获得合理的酬金及红利（通常会在意想不到的时间装在漂亮的石灰绿信封里给你）。

写作技巧、耐心工作、电影叙事的魔力，都要汇总到如何设计并实现结构上。这是你必须掌握的技巧。

对于结构，我了解得比较慢、比较晚，几乎是在迫不得已的情况下才开始研究。在早期我参加了很多会议，以一些点子、一些“超酷”场景来向执行官推销电影创意，然后停下来微笑……因为我不知往下该如何发展。天哪！我记得第一次受聘写作剧本时，执行官问我对于“衔接幕”（act break，中断幕，幕间断点）的想法。我根本不知道这个好人说的是什么。这是在我没听说悉德·菲尔德（我认为悉德·菲尔德是现代电影故事模板的创始人）之前的事了，在阅读并吸收菲尔德的著作《剧本》（*Screenplay*）之后，我知道找到了可以挽救自己职业生涯的东西。

哦！三幕！想过没？

然而，这还不够。（衔接幕）就像汪洋大海里的游泳者，在两个衔接幕之间有大片开放的水域。剧本中也有大片空白空间（水域）可以迷失、恐慌并被淹没。我需要更多的岛屿，游泳距离要更短些。

维基·金的《如何在21天内写出电影剧本》，一本难以置信的“速成”指南，为我填充了那片水域。然而，即使在中点（midpoint）和B故事里，仍然有很多容易迷失的空间。

因此我找到了自己的方法。

从我看过的电影里、读过的编剧书籍中,加上自己的心得体会,我开发了布莱克·斯奈德节拍表(Blake Snyder Beat Sheet)。我写出 15 个节拍,并把它们压缩到一页纸内(左对齐),相当于设置了 15 座岛屿。

大致如下:

布莱克·斯奈德节拍表

片名:

类型:

日期:

1. 开场画面(第 1 页)
2. 主题呈现(第 5 页)
3. 铺垫(第 1—10 页)
4. 推动(催化剂)(第 12 页)
5. 争执(辩论)(第 12—25 页)
6. 第二幕衔接点(第 25 页)
7. B 故事(第 30 页)
8. 游戏(第 30—55 页)
9. 中点(第 55 页)
10. 坏蛋逼近(第 55—75 页)
11. 一无所有(第 75 页)
12. 灵魂的黑夜(第 75—85 页)
13. 第三幕衔接点(第 85 页)
14. 结局(第 85—110 页)
15. 终场画面(第 110 页)

这实用吗? 容易吗?

只要有剧本推介会,我都用这一章空白表。把表全部填好后我才会走进会议室——要填的东西其实也不多。你只能用一两个句子阐明每个节拍,这样刚刚好。就像用一句话概要来描述整部电影一样,我明白如果还不能用一个句子阐明节拍,那我还没理清节拍。我只是在猜测。我在踩水,即将被淹。但直到开始填表我才知道遇到了问题!括号中的数字是每个节拍的页码。剧本页码数应该和赛马骑士的重量差不多:110。虽然有些片子会比较长,但各节拍所占篇幅比例是一致的。我希望衔接幕、中点以及一无所有的时刻能够发挥作用。我认为这是必须做到的。以影片《小鬼富翁》为例,影片开场5分钟,大约剧本的5页纸,主题已经交代得非常明确了。看看中点、一无所有及衔接幕成功在哪里。这些方面该片做得不错,并且从剧本到成片都比较成功,因为从第一稿到终稿科尔比和我都竭力想要达到这个目标。这个剧本之所以成功,是因为我们的结构合理,我们从各个角度来考虑并确保结构的合理性。合理的结构使那些想改剧本的人无缝可钻,因为剧本结构非常坚实。

有些词汇对你来说可能不太熟悉。你可能会问,什么是“娱乐游戏”? 嗯,这是我自己命名的。别担心,在正剧和喜剧片里都会出现的。什么是“灵魂的黑夜”? 也很常见,只是一个你看过无数遍的节拍。

现在你可以随时来编排这些节拍了。布莱克·斯奈德节拍表(BS2)为您服务。在这方面,在你完全掌握之前,请让我解释一下,并列举节拍表中各个部分的相应片例。

下面部分你有的选择吗?

不,你没有!

开场(第1页)

影片故事的第一印象是——基调、情绪、影片的类型和题材——开场中发现的所有东西。我可以想起一些很不错的开场:影片《阿拉伯的劳伦斯》中,摩托车疯狂地行驶在英国乡村公路上,导致车祸死亡;《公民凯恩》中,铁栅栏大门的城堡若隐若现,散发着神秘的气息;即使是《动物屋》那样傻傻的开场,谁

又能忘掉飞播大学创始人雕塑下的校训“知识有益”？难道我们还不知道三部影片中将会遭遇何等事物吗？难道这几部影片的开场没有设定基调、类型、风格及影片整体走向吗？

开场也是展现主角起点的良机。开场给了我们了解男女主角或主角们前史的时机，他们是这个即将踏上旅程中我们所关注的人物。一般来讲，如果编剧展现了“事先”印象，那么后面还会有“事后”概况，表明事物如何发展。就像 BS2 中的诸多节拍一样，开场有个对应的节拍：终场。这些就像书挡^①一样。由于好的剧本必有发展变化，这两个场景是厘清影片如何发展变化的途径。开场和终场应该互相对立，一加一减，表明了影片包含的情绪波动中具有很强的戏剧性变化。演员常常只看剧本的前 10 页和最后 10 页，来确定其中是否有剧烈的变化，是否能够吸引观众。如果没有这样的变化，剧本通常会被扔到角落的垃圾桶里。

因此开场的作用很大，设定了影片的基调、情绪、风格，通常还介绍了主要人物，并向我们展现了主角的前史。但最主要是要把观众“绑定”在座位上，并觉得“这将是个好片子！”由于你刚刚观摩了一些同类型影片，你应该至少能够想起使开场成功的 6 个因素。所有优秀影片都有这 6 个因素。

主题呈现

在结构突出的剧本中，前 5 分钟里就会有人（通常不是主角）提出问题或作出陈述（通常针对主角），而这个问题或陈述就是影片的主题。这个人物会说“担心你许的愿”、“骄傲会导致挫折”或“家庭比金钱更重要”之类的话。一般不会这么明显，可能是聊天时不太客气的批评，主角当时没当回事——但在后面会有深远的、意味深长的影响。

这种表述是电影主题的暗示。

好的剧本在某些方面是编剧在某事物支持者和反对者之间引发的争论话

^① 书挡，也称书立，即书店或图书馆书架上用来把书隔开的铁架子。——译者注。

题,如关于某种特殊生活方式或追求某个特定目标。某个行为、某个梦或某个目标能否成为争论话题?这个命题是不是错的?财富和健康哪个更重要?



“有钱人说了算!”普雷斯顿的弱智兄弟告诉他,这是《小鬼富翁》前五分钟里交代的主题。这种说法对吗?这是影片后面讨论的。

整个格局里面谁更重要——一个人还是群体?剧本的剩余部分是争论的展开,从正反两个方面、从各个角度来看,或者证明这个观点,或者反驳这个观点。不管你是在写喜剧、正剧还是科幻怪物片,好的电影必定是“讲点什么”的。放置“电影讲什么”的位置就在眼前。大声说出来!就在眼前。

如果你的电影没有“讲点什么”,那你麻烦了。努力搞清楚你想讲什么故事。或许你写完第一稿才知道。但一旦你知道了,一定确保在第5页的位置表露出来,我总是放在第5页的。

确保主题在第5页就出现。这是你的标价。

大声宣布:我做不到。然后就去做吧。

铺垫(第 1—10 页)

剧本的前 10 页,最多前 12 页,称为“铺垫”部分。如果你像我一样,像好莱坞大多数读者一样,“铺垫部分”是你能否抓住我眼球的成败关键所在,抓不住,我就没有兴趣了。想想那些铺垫成功的影片,都在影片的第一本(reel)——影片的前 10 分钟,就非常有力地设定了主角、赏金、故事的目标。

如果你是编剧,要注意,前面已经讲到过铺垫部分也是在 A 故事中介绍所有人物的地方。看看任何优秀的电影作品,可以发现前 10 分钟你会看到或了解到所有人物。要保证你剧本的前 10 页同样也能让所有人物出场。

前 10 页我们还要开始赋予人物肌理,展现后面需要强化的动作,表现主角为获成功需要进行什么样的转变。她是个生活在虚幻世界中离群索居的作家(《绿宝石》(*Romancing the Stone*));他是个时髦、精明的汽车进口商,同时又有点冷酷(《雨人》);她是个头脑空洞的傻瓜,看上去没有什么内涵(《律政俏佳人》)。

当主角需要什么或缺少什么东西时,就是插入需要弥补的 6 件事的时候。这是我自己发明的说法,6 在这里只是一个随意的数字,意思是你要向观众一而再、再而三地展示主角生活中缺失的东西。需要弥补的 6 件事——人物的不足和缺陷像定时炸弹一样,会在后面的剧本中爆发,让他们开窍并弥补缺陷。他们会成为反复的噱头并不断重现。我们观众必须知道他们为何要重现!看看《飞进未来》(*Big*)及其基本设置:“你要坐的话必须长到这么高。”在需要弥补的 6 件事的列表中,除了高度之外还有别的要求。《飞进未来》中的小伙子追不到女孩、有隐私等等。但在第二幕中变大之后,他的那些愿望都会得到满足。那些重现只有前面铺垫部分出现过才有效果。

但前 10 页中还有很多事情要做。还有很多。你想和大孩子们一起玩,就必须完成一些任务。

由于跟第一幕相关,说一下关于铺垫的最后几句话。我喜欢把电影分成 3 个独立的世界。很多人称其为 3 幕,我把它们称为正题(thesis,命题)、反题

(antithesis, 反命题)、合题(synthesis, 综合)。前 10 页及第一幕的剩余部分是电影的正题,这里我们看到冒险开始前的世界。这是主角世界的成熟状态,标记为“之前”。这个世界中,尤其在铺垫部分,会有暴风雨来临之前的平静。如果随后的事件没有发生,很可能会保持这种状态。但在铺垫部分会让人有种暴风雨即将袭来的感觉,如果事物都保持不变……会导致死亡。事物必须有所改变。

推动(催化剂)(第 12 页)

《绿宝石》中把琼·怀尔德(Joan Wilder),凯瑟琳·特纳(Kathleen Turner)饰)吸引到南美洲的包裹;《雨人》中通知汤姆·克鲁斯父亲逝世消息的电话;《律政俏佳人》中里斯·威瑟斯潘(Reese Witherspoon)的未婚夫说要甩掉她的聚餐。还有下面这些都是催化时刻:电报,着火,抓住老婆偷男人,只能活三天的消息,敲门,信使到来。在铺垫部分,你作为编剧告诉我们这个世界原先是什么样的,现在,在催化时刻,要把原先的世界粉碎。嘭!

坦白讲,我钟爱催化时刻,没有完成或完成得不好时,我常会想起它。就像宠物的麻烦(在吸引人的电影中缺乏适当的“救猫咪”场景),如果没有的话,是一件可以让我发疯的事情。我喜欢催化时刻,因为这是生活。我们所有人都会遇到那种时刻。改变生命历程的事件通常以坏消息的方式出现。就像 BS2 中的很多节拍一样,催化时刻并不像表面那样。它是好消息的对立面,然而在冒险结束之前,催化时刻却是把主角引向快乐的东西。

在我写剧本的时候,催化时刻会浮现在头几稿中。铺垫部分会超出应有的长度,故事里充斥着细节,第 12 页的催化时刻会莫名其妙地跑到第 20 页。这样的话就要进行精简使其回归原位:第 12 页。在你开始进行删减时,你会突然意识到这就是为什么需要这个结构图的原因——所有冗长的细节都是多余的,如果没有“结构图”就很难把细节高效地表现出来。催化点是首次发生某事的时刻。谢天谢地!如果催化点时机不恰当,读者就会厌烦起来。你所写的内容就可以说“没有情节”,因为你吸引不了读者的注意力。第 12 页要有

催化点。必须的。

争执(第 12—25 页)

这是剧本中 12 到 25 页之间的部分,这部分通常会让我绞尽脑汁。当 12 页中的电报告诉我妹妹被海盗劫走,我会知道接下来该怎么做。为什么编剧必须在主角开始应有的行动之前创造衔接幕。

争执部分只是一场争执而已。这是主角最后一次机会说“这太疯狂了”。我们需要让他知道这一点。我该去吗?我敢去吗?这肯定是有危险的,但我会作何选择?呆在那里吗?

我曾和我的编剧搭档谢尔登·布尔一起写过“金羊毛”类型的电影。在第一幕中,小伙子被赶出军校回到老家,却发现父母已经搬家了。现在,这小子陷于两难境地了。他既不能回到军校,也不能就一直呆那里。他知道父母搬哪儿去了,因此现在要决定:要出发去寻找父母吗?这将是非常需要技巧的地方,是我们的表现机会。你能想象到吗?由于这是个喜剧片,我们写得比较滑稽。在第一幕结尾我们的小伙子主角被一个友善的出租车司机带到城市的郊区。小伙子来到一条阴森恐怖的道路旁,他知道如果要找到家人的话,必须沿路走下去。当他被路过的司机诘问时,恐惧袭上心头。因而,他以一种滑稽的方式做出了慎重的决定——他离开了那条路。

你的催化时刻可能不会这么清晰,但记住争执部分必须有某种类型的问题是至关重要的。在《律政俏佳人》中未婚夫抛弃艾丽·伍兹的催化点迅速带来了她的解决方案:到哈佛学法律。但她能进哈佛吗?这是该片中争执部分摆出的问题。因而争执部分就变成表现艾丽如何回答那个问题。当成功地混过了法学院入学考试,以所拍的调情的入学申请视频被录取后,问题的答案明确了:是的!就像前面“单独上路回家”的小伙子主角一样,艾丽可以顺利地进入第二幕了。她已经回答了争执的问题,可以往前行进了。

第二幕衔接点(第 25 页)

第 25 页应该进入第二幕。我已经进行过很多讨论了。为什么第 28 页不行？第 30 页又怎么了？请不要这样。

在总共 110 页的剧本中，不应该晚于第 25 页进入第二幕。

当某人递给我剧本时，我通常会先看第 25 页，看看“第 25 页中发生了什么情况(我们都有自己的阅读偏好)”。我想知道：1)是否有事情发生；2)编剧是否知道应该有事情发生。我指的是某些重要事情。

因为 25 页是应该发生重要事情的地方。

如前所述，衔接幕时我们离开旧世界、从正题进入对立面——反题。但由于这两个世界截然不同，实际进入第二幕时的动作必须非常明确。

通常我在写剧本时，衔接幕开始时都会比较模糊。我会找到那个把主角拖入第二幕的事件。这是不对的。主角不能被诱人、骗入或不知不觉地入第二幕。主角必须自己做出决定。这使得他成为必然的主角——他积极主动。以《星球大战》为例，促使卢克·天行者(Luke Skywalker)踏上征程的事件是父母亲的遇害，但“上路出发”的决定是他自己做出的。卢克不可能在汉·索罗(Han Solo)的飞船上才想起“上飞船干嘛”这个问题，他必定是主动选择的。要确保你的主角积极主动地作出决定。

B 故事(第 30 页)

B 故事始于第 30 页。多数剧本中的 B 故事是“爱情故事”。同时 B 故事也是承载电影主题的故事。我还觉得 30 页左右的 B 故事起点跟助推火箭一样，有助于使原本非常显眼的 A 故事衔接幕更加平滑。仔细想想。你已设置了 A 故事，并使其发展开来，现在我们要突然跳到第二幕进入全新的世界。B

故事说：“足够了，现在来谈谈别的事情吧！”这就是为什么切换镜头（cutaway）通常与 A 故事相符的原因……但两者范围是不同的。

B 故事给了我们喘口气的时间。

让我们以《律政俏佳人》（*Legally Blonde*）为例。B 故事是艾丽和在波士顿碰上的美甲师的关系。这是 A 故事非常需要的中断。我们遇上了艾丽。她被甩了。她决定去上法律学校。她上了。学校很严格。嗯，足够了，让我们歇会吧！我们稍稍抛开一会，去认识一些新人。因而就碰上了美甲师。是的，虽然这不是传统的男孩女孩间的爱情故事，但实际上还是“爱的故事”。这是艾丽受到教育的地方，同时也是艾丽吐露她在哈佛大学法律专业艰难地学习的地方——她在哈佛大学吸取力量为最后进入第三幕及最终的胜利做准备。

B 故事同时常常会有另一半人物。在剧本的前 10 页中，一般见不到 B 故事中的角色。我们甚至不知道他们的存在。但由于第二幕是反题，他们跟第一幕中的那些人物应该刚好形成对照。《律政俏佳人》再次成为 B 故事的完美片例。饰演美甲师波莱特·伯纳方特（Paulette Bonafonté）的优秀女演员詹妮弗·柯林泽（Jennifer Coolidge），难道不是艾丽在加州大学洛杉矶分校女生联谊会的那些女孩的变形版本？这正是这个人物如此成功的原因。她是个经典的反题人物。

因此，B 故事做了很多工作。你必须有 B 故事。B 故事不仅提供了爱情故事及公开展示电影主题的地方，而且给了编剧至关重要的 A 故事的“切换镜头”。B 故事始于 30 页。

娱乐游戏(第 30—50 页)

我想这么说，娱乐游戏部分是剧本中提供“大前提约定”的部分。这是电影海报中的核心本质部分。这是电影预告片中的主要镜头来源。这是我们不能像玩儿一样干预故事进展的地方——赏金直到中点才会提高。娱乐游戏部分回答了这些问题：我为什么来看这部电影？你的前提、海报、电影创意怎么样，酷不酷？当你的项目总监要求“多点精彩片段”时，我就会拿给他看娱乐游

戏部分。这些都在娱乐游戏部分。

对我来说这是影片的心脏。发现剧本中娱乐游戏部分的任务及为何要在这个位置的原因,简直让我连升10级。我是1989年夏天发现的。那是少有的特别清晰的时候。当时我在写《龙妈出差》(*Stop or My Mom Will Shoot*)的第一稿。我有点卡住了。我有这么个大前提:“不太讲究的哈利多了个新拍档——他老妈。”但这是什么?这部电影讲的是什么?这部喜剧片中的动态人物关系是怎样的?(我相信你们中很多人都会问。)然后,有一天,我坐在加利福尼亚圣塔芭芭拉市的费西安大厦的办公室里,突然冒出一个很有意思的想法:世界上最慢的追逐。如果警察乔和他老妈被歹徒开枪射伤怎么办?如果他们相互追逐会出现什么样的情况?如果不是乔在开车,而是他老妈开车又会如何?她开车就是典型老妈开车的样子,每次红灯停下来都用手抱住乔的胸膛。当我把剧本卖给环球影片公司并参加第一次会议时,公司执行官告诉我他看到那个场景时,就决定买这个剧本了。因为那个时候他就已知道这个本子是比较有意思的。我在大前提中已有约定。这个精彩的片段放在哪里了呢?就放在它所属的位置——在剧本中的娱乐游戏部分。

这对正剧也是适用的。影片《虎胆龙威》中的娱乐游戏部分表现了布鲁斯·威利斯首次智胜恐怖分子。我们在故事的发展中喘了一口气,停下来看看影片讲的什么内容;我们看到大前提中的约定,其它的就无需再看了。我还是把它称之为娱乐游戏部分,因为这部分在基调上比其它部分要轻松些。《冒牌天神》中金·凯瑞开始像上帝般走路和做事时也是如此。托贝·马奎尔(Tobey Maguire)在《蜘蛛侠》(*Spider-Man*)中开始尝试奇异的超能力时也是如此。同时这也是伙伴电影中伙伴之间矛盾最大的时候。明白?

娱乐游戏!

学之,爱之,用之!

中点(第 55 页)

电影剧本可以分为两半,第 55 页的中点是两半之间的界限。我们讨论过衔接幕的重要性,但我觉得中点也是很重要的,尤其在早期剧本节拍设计阶段。通过上千部影片的研究,我发现电影的中点要么是主角表面上达到最高的“顶峰”(但可能是伪胜利),要么是主角周边世界塌陷的“低谷”(有可能是伪失败),从中点开始事情只往好的方向发展。当你琢磨剧本中需要什么样的中点时,有点像往墙上钉钉子,要钉得好看而且牢固。然后作为晾衣绳的故事才能牢牢地挂在上面。

我发现中点的重要性纯属偶然。在电影编剧生涯早期,我常把电影声音录到磁带上,这样当我在圣塔·芭芭拉和洛杉矶之前来回参加会议时,我常在汽车上听电影录音带。那时我买的磁带每面 45 分钟(那个时代我真的是一文不名的)。出于巧合,从桑塔·芭芭拉到洛杉矶开车路程恰好被一座山间大桥均匀分成两半。每趟旅程开始 45 分钟后我到达山顶,A 面结束换到 B 面。有天晚上我录下了彼得·博格丹诺维奇(Peter Bogdanovich)导演、瑞安·奥尼尔(Ryan O'Neal)主演的经典喜剧老片《发生了什么事,大夫?》(What's Up, Doc?)。第二天我到达山顶时发现,这部影片完美地均分为两半,其中点是“低谷”。

《发生了什么事,大夫?》的前面一半结束于大火包围奥尼尔的旅馆房间。慢慢叠化到第二天,他醒来时一无所有,发现……芭芭拉·史翠珊(Barbra Streisand)正等着帮他——火是她引发的!想想我当时经历的过程,我抵达山顶时《发生了什么事,大夫?》的 A 面录音刚好放完。影片均分成两半!中点的力量和作用自此永生难忘。

从这部老片中我们能学到什么呢?很多!例如,该片中瑞安·奥尼尔和芭芭拉·史翠珊“一起度过低谷时刻”的中点。

此后我开始明白很多影片都有改变整部影片走向的中点。但中点的意义并不只在于承载“顶峰”或“低谷”。很多剧本会议上你都会听到“中点后赏金



提高”之类的话语。因为赏金在中点后确实是提高了。中点是娱乐游戏部分结束的地方,从这个地方开始又回到故事!如果剧本中有“伪胜利”的话,这就是主角如愿以偿获得“魔力”的地方,他得到一切,心想事成。但这只是个伪胜利,因为在他吸取必须的教训之前还有段路程要走。“一切完美”只是表面上的。

在节拍表中第 75 页有个跟中点相对应的时刻“一无所有”,也可称为“伪失败”。这两个点是个组合。因为这两个节拍互为相反。这就是规律。绝不会都像中点那样一切完美,也绝不会都像一无所有那样糟糕。在片例《出了什么事,大夫?》中,瑞安·奥尼尔在第 75 页“一无所有”的时候确实得到所需奖赏——但这只是个伪胜利,坏蛋在颁奖礼上肆无忌惮的攻击扭转了这个“胜利”,并启动了第三幕中的动作。《出了什么事,大夫?》的中点和一无所有时刻表现“低谷”型的中点。中点要么伪胜利要么伪失败,而一无所有时刻与中点相反。

不相信我?

检查一下类型列表里的影片,看看这个“中点——一无所有”的组合是不是每部影片里都有出现。

坏蛋逼近(第 55—75 页)

剧本中第 55—75 页从中点到一无所有之间的部分,是最艰难的部分。(对你来说也应该是这样的!)对我来说,这部分从来都是最有挑战性的,没有任何蒙混过关的办法,只能老实地努力。

这里是“顽固”这种技巧派上用场的地方。

中点处主角发现自己所处的情境——坏蛋逼近。表面上看一切都很好,但即使坏蛋(可能是人、事物或某种现象)暂时被打退,主角队伍齐心协力,我们的工作也还没结束。这是坏蛋决定重新整编并带上重武器的时机。这是内部分歧、质疑、妒忌开始瓦解主角队伍的时机。

对我来说“坏蛋逼近”从不轻松。这是《小鬼富翁》中最弱的部分,当时科尔比和我都认为“坏蛋逼近”部分对该故事来说很致命。和谢尔登·布尔一起写青少年喜剧片《十分贱女孩》(*Really Mean Girls*)时,在“坏蛋逼近”部分我们也经历了同样艰难的时光(我们当时还不知道蒂娜·菲(Tina Fey)已经在写《贱女孩》(*Mean Girls*)了)。在我们极为类似的故事中,4 个受压迫的女孩决定起来反抗她们中学里邪恶的金发碧眼阿尔法组合。到中点时,她们已经踢走阿尔法组合,让贱女孩们打包回家,从而成为学校里的优等组合。嗯,接下来怎么办? 谢尔登和我一点头绪都没有。

在经过漫长痛苦的思索之后,我们得出了答案——回到基本要素。邪恶贱女孩自然而然重组。我们甚至写了一个很滑稽的场景,这个场景中可以看到贱女孩们重组。然后主角们之间的内部分歧开始出现。她们开始争名夺利,开始瓜分胜利的果实,谁是最受欢迎的人这个问题让她们开始分裂。在一无所有的时候,跟中点时的路子相反——贱女孩们恢复原有地位,主角们黯然离场。真正一无所有。

这个简单的动态变化花了我们好几个星期才构思完成。现在看来好像很简单,就应该这样。但在我们想出解决方案之前,是不知道该怎样的。

这是剧本中“坏蛋逼近”部分应该发生什么的经典例子。内部外部的邪

恶力量合力对付主角，逐渐收紧。邪恶力量不会放弃，现在主角已经无处搬救兵了。他必须依靠自己，必须坚持下去。他会受到巨大的挫折，这个挫折让我们面临……

一无所有(第 75 页)

如上所述，优秀的、结构合理的剧本，“一无所有”发生在第 75 页。我们知道这是与“顶峰”或“低谷”相对的。这也是很多具有“伪失败”剧本中的重点，因为虽然看起来一切都是黑暗的，但只是暂时的。表面上看起来，主角必须像是彻底失败。主角生活中的各个方面都已经一团糟了：伤痕累累，没有希望。

但这里还有个小诀窍，我的每个剧本中都会用以添油加醋，大多数票房好的影片中也都会有。我称之为“死亡气息”。

我注意到很多优秀影片中都会利用“一无所有”这个时机杀死某人。《星球大战》中的奥比王是最佳的例子——卢克现在该怎么办？“一无所有”这个时机是精神导师面临死亡的地方，很可能也是主角们发现“他们自身始终具有的潜力”的地方。精神导师的死亡扫清了发挥主角潜力的道路。

但如果你的剧本中没有奥比王这样的人物怎么办？如果你的剧本故事中不大需要死亡怎么办？没关系。在“一无所有”时，努力创造一个跟死亡相关的事物。这个技巧屡试不爽。或者是故事中的事物，或者只是符号性的事物，只要暗示某事物消亡即可。任何事物都可以。可以是花盆里的花，也可以是金鱼，或者是至爱姑妈去世的消息，都一样。其原因是“一无所有”这个节拍是“主角面临十字路口”的时候。这是旧世界、旧人物、老旧思维方式消亡的时候。这为主题裂变——反题变为合题扫清了道路。反题与合题相反，合题是新世界、新生活。你用以表现死亡的事物（即使是金鱼）会引起共鸣，使“一无所有”这个节拍更能打动人心。

这个理念浮出水面时你可能会感到惊奇。在威尔·菲洛尔(Will Ferrell)主演的喜剧片《圣诞精灵》(Elf)中，创作者严格按照节拍表来进行，甚至还有某个时刻具有明显的死亡气息。



《圣诞精灵》中的“一无所有”节拍，威尔·菲洛尔考虑自杀时带来一丝“死亡气息”。

在这个故事中，讲的是在圣诞老人的居所北极有一个人（威尔）被当做精灵来养，威尔来到纽约找他的“亲爸爸”詹姆士·凯恩（James Caan）。第二幕中滑稽混乱的世界里有个经典的反题人物——威尔的爱恋对象，圣诞节期间她在百货公司扮精灵。但后面第75页某个晚上可怜的威尔如坠地狱时——生父拒绝承认威尔且威尔觉得这个世界过于复杂时，这就是个死亡时刻。威尔在大桥上停下脚步，看着离桥很远的水面，明显有自杀的念头。我在电影院里看到这个地方时，差点喊出来“看啊，死亡气息！”虽然没真的喊出来，但死亡气息如同青天白日般清晰。

回顾一下所观摩的影片并找出其中“一无所有”的时机。这个时机是否有某种程度上的死亡气息？大部分影片都会有。所有优秀的、原始的故事都会有。因为由于某种原因死亡气息会引起人们共鸣。

灵魂的黑夜(第75—85页)

刚才我们讲到一无所有时的死亡气息，但亲历死亡气息的剧中人物有何

感受呢？问题的答案可在剧本中“灵魂的黑夜”部分找到。“灵魂的黑夜”部分可能是5秒钟，也可能持续5分钟，但确实存在。顾名思义，“灵魂的黑夜”就是黎明前的黑暗，很重要。这是主角刚好还没找到正确方法的时候，还处于深渊，这个阶段之后就会想出拯救自身及周围所有人的主意。但在“灵魂的黑夜”，还看不见希望。

我不清楚观众必须看见这个节拍的原因，但观众必须看见这个节拍。这个节拍相当于“哦，上帝啊，你为什么要抛弃我？”我想这个节拍之所以效果不错还是因为它是原始的。我们都曾经历过绝望、无助、沉醉和愚昧——轮胎漏气身上只有四分钱坐在马路边、能挽救我们生活的约会却迟到了。只有当我们承认自己的卑微和人性并听天由命时，才能找到解决方案。我们必须被打败并承认自己的失败，然后才能吸取教训。“灵魂的黑夜”就是这种时机。喜剧和正剧当中都有“灵魂的黑夜”是因为它真实而且我们都认同。优秀的、结构合理的剧本中，“灵魂的黑夜”一般在第75页至85页之间。谢天谢地，在85页前，当主角终于想到解决方案时，我们将看到他意识到……

第三幕衔接点(第85页)

……哇塞！解决方案！

由于B故事(爱情故事)中发现的人物，由于B故事中关于主题的讨论，由于坏蛋逼近时主角试图打败坏蛋并在A故事里取得胜利的最后一把努力，解决方案终于浮出水面。

外部故事(A故事)和内部故事(B故事)中主角现在都已经占有优势(A故事和B故事两条线已经相交并纠缠在一起)，通过所有考验，深入挖掘并找到了解决方案。现在他要做的就是实施解决方案。

A故事和B故事的经典融合方法是主角从“女孩”那里得到启发，使他意识到打败坏蛋的方法和赢得至爱芳心的关键。

解决问题的方法出现了。

合题的世界已经在望了。

结尾(第 85—110 页)

结尾部分是第三幕。这是我们结束剧本的地方。这是我们运用所学知识的
地方。这是人物形象定型的地方。这是主角在 A 故事和 B 故事中胜出的
地方。这是旧世界的颠覆和新世界的被创建——这由主角实现,他在第二幕
颠倒、对立的世界中引领方向。

结尾要逐渐由低到高地处理掉所有的坏蛋。队长和随从先死掉,然后轮
到幕后老板。主要的“问题”之源(人或物)必须完全处理掉,以便建立新世界
的秩序。可以反复验证一下所观摩的影片,你会发现这个规律有多真。结局
是新社会诞生的地方。主角只是胜利是不够的,他必须改变世界。结局应该
恰如其分。还有,结局必须以让人情绪上得以满足的方式完成。

终场画面(第 85—110 页)

如前所述,影片中终场画面是开场画面的对照。你要表明确实发生过变
化。如果你没有那样的结尾画面,或者你把握不了结尾画面的效果,回去检查
一下——第二幕中少了点东西。

总 结

到现在,已经列出了 15 个节拍,并列举了诸如《发生了什么事,大夫》这样
的片例,我想刚入门的年轻编剧会说“好老头!也许这在你那个年代适用,但
我们已经不再需要了。我们不一定需要主角(我们可以从《古墓丽影》(*Lara*

Croft)中得到验证),那些繁琐老旧的故事节拍是过时的。谁需要这些东西呢?想想《记忆碎片》(Memento)吧!”

我是不是已基本说出你持异议的理由?



问题是周六晚上能看诸如票房欠佳的艺术佳作《记忆碎片》那样的影片吗?那是噱头电影还是乏味电影?你来判断。

如果这样的话,虽然我把很多新的电影作品当做片例,如《律政俏佳人》,但你还是不会相信我所说的有用。还是不会。永远不会。

因此,对于反对者而言,对于唱反调者而言,请允许从我的类型——家长指导观看的喜剧片中选个片例,可以说明现代社会中这些节拍的作用(你应该掌握)。

对了,顺便说一下,鼓励《记忆碎片》。

让我们以一个过亿美金票房收入的热片为例。这会不会让你感到满足?让我们看看经典海报、故事线,其中有巨星参演、符合节拍表的所有节奏。我们以桑德拉·布洛克的影片《特工佳丽》(Miss Congenialty)为例。

首先,影片片名挺不错。影片的故事线——一个丑小鸭式的 FBI 探员作为卧底参加美国小姐选美大赛以抓捕杀手——当然满足第一章的四个元素:意外、吸引人的画面、观众和成本,而且片名很具有杀伤力。让我们来看看这部片子是否是按照节拍表来完成的。

《特工佳丽》

(过亿美金票房收入热片的 15 个节拍)

开场画面:影片《特工佳丽》以桑德拉·布洛克的闪回开场,闪回中桑德拉异常强悍。画面上桑德拉周围都是男生。桑德拉像个假小子一样在那儿揍男生。桑德拉是个另类人物。然后切换到:现在,桑德拉周围仍然都是男士,她仍然像个假小子,但她已经是 FBI 探员了,可以说她以男人们的世界为家(FBI 基本上是男人的天地)。

主题呈现:当桑德拉声明无需为她是“女性”而担心,因为她是 FBI 探员,这个表述就是电影的主题。但这个表述对不对呢?我们接着看。影片将会表现女性主题。这像是篇关于应该强硬还是应该女性化的散文。你能两者兼有吗?这是影片的内容。

铺垫:在第 10 页之前我们看到了影片 A 故事中的所有人物,并“铺垫”好了影片中的世界。我们见到了桑德拉有点喜欢的本杰明·布拉特。但她并没有在本杰明·布拉特的目标范围内,后者喜欢桑德拉所鄙视的“时髦”女孩。我们还看到了桑德拉的上司(阿尼·哈德森)并了解了 FBI 的世界。这是强悍的、男孩的俱乐部,而桑德拉适应得很好。虽然不懂世故、发型很糟且没有社交生活,但看起来很开心——这是个经典的设置,给人暴风雨即将袭来的感觉。影片不可能停留在这种状态。静止等于死亡。

推动(催化剂):一个经典的冒险号召。消息传来,在美国小姐选美大赛上有人要搞恐怖活动。我们也见到了组织选美大赛的那些人,坎迪斯·伯根(Candice Bergen)及她的儿子,还有威廉·夏特纳(William Shatner)及他的道具——一个很运动型的模特!为了制止凶手,他们制定计划,让女探员作为选美大赛参赛者去当卧底。看过所有女性 FBI 探员的数据库之后,他们选中了桑德拉。

结束这一幕,游戏娱乐开始。丑小鸭式的桑德拉·布洛克非常时髦地穿着迷你裙,进入《特工佳丽》的第二幕。



争执(辩论):但她能否胜任呢?这是本部分的争议问题。在桑德拉与其导师(迈克尔·凯恩,他同意接下把桑德拉变成性感女孩的艰巨任务)之间的几个滑稽节拍之后,答案就明显了。

第二幕衔接点:桑德拉穿着时髦的迷你裙大步走来。即使本杰明也印象深刻。然后她跌倒在地。这事并不容易,但桑德拉已经做好了努力的准备。这一幕到此为止,下面进入第二幕!

游戏娱乐:标准的大前提约定,含有那种滑稽的预告——藏有手枪的FBI探员在美国小姐选美大赛中当卧底。在桑德拉跳下舞台抓捕嫌犯时,她的玻璃杯音乐才艺展示结束了。莽撞行为导致了滑稽而又尴尬的局面。这就是我们看这部电影的原因。这就是海报吸引我们的原因。这场面很有趣!

B故事:这里实际上是桑德拉和其他参赛女孩之间的感情故事。为什么?因为影片的主题是关于女孩温柔的天性,而桑德拉对此一窍不通。女孩温柔的天性有各种不同的版本——每个参赛女孩都有各自的才艺和个性,而让桑德拉感到奇怪的是,每个女孩都需要她、喜欢她。正是桑德拉和女孩们之间的互动承载了影片的主题思想,是影片的核心。桑德拉在影片结尾吻本杰明,是由于她跟女孩们学习、成长并发现自己女性一面的结果。

中点:当选美大赛出现新的威胁、桑德拉的赏金提高时,娱乐游戏部分结束。我们已经见过所有的笑料(桑德拉和她的玻璃杯)、嫌疑犯,并享受了假小

子与昔日鄙视的女孩们交流带来的乐趣。现在,真正的麻烦开始出现。

坏蛋逼近:桑德拉怀疑自己的女性特质有所增加、她与精神导师的冲突加深,在这种情况下,真正的坏蛋在选美大赛的阴暗角落中逐渐逼近。没有人死亡,但有坏蛋若干。

一无所有:上司告诉她停止行动,桑德拉拒绝。她有某个嫌疑人的最新消息。但她的上司给她下了最后通牒:要么结束这个案子,要么被解雇。桑德拉选择留下继续参加选美。因而,她面临着经典的“一无所有”的局面:她的情况比影片开头更糟了!死亡气息在这里指她的身份的消亡。如果当不了“女探员”,她算什么呢?连她的导师(凯恩)也不能帮忙,但导师送她一件最后的武器:新的服装。

灵魂的黑夜:桑德拉来到选美决赛现场,弄得一团糟。她迷失在黑暗世界中,既当不了FBI探员,也成不了淑女。怎么办?

第三幕衔接点:在其它选美比赛选手的帮助下,桑德拉被七拼八凑地化好妆参加选美决赛。被一度不相干的选美选手们所接受,而且确信女孩们是真的关心她的情况下,桑德拉重新焕发了生机。选美选手们帮助桑德拉,其实就是帮她们自己。

结局:选美大赛,当桑德拉和本杰明在舞台上利用FBI搏击技能坚持展示才艺时,经典的合题出现了。两个迥异的世界被融合在一起,回答了“主题呈现”部分中提出的问题:她能够融强悍和性感于一体。现在桑德拉抓住了坏蛋——坎迪斯和她的儿子。(坎迪斯对自身女性特质的扭曲观点是导致她蓄意破坏选美大赛的原因。)桑德拉证实了自己是女人中的女人。她还让坏蛋受到了正义的惩罚。

终场画面:《特工佳丽》的终场画面和开场画面相反,桑德拉被女人所包围。桑德拉被其它选美选手授予了最佳人气奖——相当大的变化!

真正让人高兴地收场:国内票房过亿!

既然已经知道节拍表的作用,你现在可以想想怎么把这些节拍应用到你的剧本中了。

技 巧

1. 打印出节拍表,随身携带。有闲暇时想想自己喜欢的电影。选一部自己喜欢的影片,看其节拍是否能用简洁的“一句话描述”填到节拍表的 15 个空里。

2. 回到影片租赁店(小子,现在他们讨厌你了吗),检查你所写电影剧本同类型的 6—12 部影片。坐下来看看,这些影片的节拍着魔似的都能填到节拍表的 15 个空里。

3. 对于像《记忆碎片》这样的特殊情况,是的,这是一部商业片!甚至可以归入“麻烦家伙”类型里。《记忆碎片》能够符合节拍表吗?提示:对于《记忆碎片》引发的争议,你猜猜这部片子的票房收益有多少?

如果你想认真地讨论现代社会中《记忆碎片》的价值,可以通过第一章中的 email 地址联系我。但对我的一个论据要有所准备!! 我知道《记忆碎片》的收益。

第五章 创造完美的野兽

如果足够幸运,我们会碰上自己的导师。成长过程中碰到的这些导师比我们更有学识,而且会毫不藏私地教你。迈克·契达是我编剧生涯中碰到的第一个导师,20年来我总是惊异于他辨别、理解并修补一切电影故事的能力。

我首次遇见迈克时他是巴里 & 恩莱特(Barry & Enright)公司项目部负责人。迈克还为迪斯尼公司工作,并任家庭票房公司(HBO)项目部副主任,还曾担任过影片监制。这些年来迈克拍了成百上千部影视作品,大多从最开始的创意开始介入,直至精剪(funeral cut)完成。他不但是这些个公司的主管,而且本身也是个编剧(应该有更多影片公司项目部负责人尝试编剧),如小古巴·古丁(Cuba Gooding, Jr.)和斯基特·乌尔里奇(Skeet Ulrich)主演的《急冻任务》(*Chill Factor*)就是他的作品。

不管他是什么身份——主管、编剧还是制片人,不管在哪里,他的故事感都有点传奇色彩。诸多成功作品之一是帕特里克·斯韦兹主演的《近亲远戚》(*Next of Kin*),迈克据信能够快速弥补故事漏洞。虽然《近亲远戚》剧本是以百万美元的价格买下的,但在开拍之前还有些必须解决的问题,迈克把这些问题搞定了。迈克甚至告诉我有问题的地方。有一次我们想在一个剧本上有所突破,但被绝望和不知所措的感觉压得喘不过气来,于是停下来休息。在穿过世纪城时,迈克在人行道边停下。

他说就在那里,像雅各布·布鲁诺斯基一样,在近乎冥想的散步中,脑海中突然装满了修复《近亲远戚》的各种错误方法,然后正确的方法就浮现出来了。“突然出现在我的脑海中!牛仔和印第安人!”事实上当他把这个简单的结构提交给《近亲远戚》的制片人时,就被采纳用于剧本修改。在迈克的编剧生涯中,这种情况数不胜数。像一些弦论物理学家一样,他总是努力完善故事

写作技巧——看起来常常觉得超现实,但实践总是证明非常富有创意。

最近我去找迈克,问他又有了什么新创意,他从书包里拿出一本写生簿,然后兴奋地打开。写生簿由中间的螺旋装订分成两半,展开后面积更大。两页上都画着三条直线,分出四个平行区。在这四个相等的平行区中间是纸质矩形图案,每一个矩形图案代表所写电影剧本的一个节拍。

“这是便携的!”迈克像疯狂的科学家一样笑着。

“案板!”我说。

我们都带有敬意地点头。

案板。

案板之王

案板也许是编剧所需最重要的设备——类似于纸、笔及笔记本电脑。经过这些年后,只要走到某人办公室看到墙上挂着的案板,我必然会心一笑,因为我现在知道那是什么玩意儿了——它还会让你感到头痛。案板有各种类型和尺寸:使用粉笔的黑板、带索引卡和图钉的软木板可以使每个节拍保持正确位置,或是标准黄色拍纸簿的若干页用透明胶粘在宾馆墙上——出门在外时可以抓住一切时间修改剧本。案板是很普遍的。然而据我所知编剧课程中好像没听说有人讲过这个有用的工具。

那么,我们来谈谈案板吧。

20多年前在巴里 & 恩莱特公司的迈克·契达办公室墙上第一次看到案板。那时我还比较嫩(即使当时已经有人付真金白银让我写剧本),还从来没见过过案板,也想象不出这玩意儿能用来干嘛。你是不是坐下就开始埋头写本子,随意安排场景呢?你会不会只是过于草率……而导致漏洞呢?

以前我就是这样的。但由于案板之王迈克·契达,我不但了解了使用案板对剧本构思的重要作用,还知道了如何用案板来给我的剧本充电。自那以后,我就经常使用案板了。就我而言,我用的是较大的软木板,这样方便我挂在墙上看。我喜欢用一堆索引卡和图钉把节拍钉在案板上,然后随心所欲地

调整各个节拍。我有很多盒索引卡,用橡皮筋绑定,其中都是完成的剧本及准备写的剧本。回头再想看这些剧本时我要做的只是从盒子里拿出索引卡钉在案板上,看看上回抛开时的位置——弄不明白的话我会电话咨询迈克。

案板是一种开写前“看见”影片的方法。案板是简易地检验不同场景、情节曲线、创意、台词及故事节奏的方法,也是判定剧本有意思还是很平庸的方法。虽然使用案板并不是真正的写作,虽然在写剧本过程中原先的完美设计可能会被完全放弃,但在开始写作前能够让你制定出故事指南的是案板。案板是你把电影故事视觉化的方法,也是可以帮你创造完美野兽的一件工具。

但案板最为有用的地方是在这里:

- a. 案板是可以感知的……
- b. 案板可以浪费很多时间!

使用案板跟使用电脑不同,笔、索引卡、图钉,所有东西都是可以摸得到、看得着,且可以随意调整的。

我有没有跟你说过在案板上可以花去多少时间?你或许要花一整个下午的时间在店里挑选大小合适的案板。你或许要把第二天上午的时间用来考虑挂在墙上哪个位置比较好。你甚至开车出门时也可以带着索引卡。你可以把索引卡盒装兜里带到星巴克,取下橡皮筋,坐那儿花几个小时摆弄索引卡,设计场景段落、片段(set piece)以及负面事件。很棒!

最有意思的部分在于,当你做这些表面上荒谬、浪费时间的工作时,电影故事却以其它方式慢慢渗透到你的潜意识当中。想到一段精彩的台词?记到索引卡里并钉在案板上的合适位置。对追逐段落有想法?弄到卡上看看。

聊一聊创造一种没有压力的空间!不会再有空白页。所有工作都分解成了索引卡大小的页面。谁还填不了一张索引卡呀?

你或许会问:“那敢情好,但我该怎么做呢?”

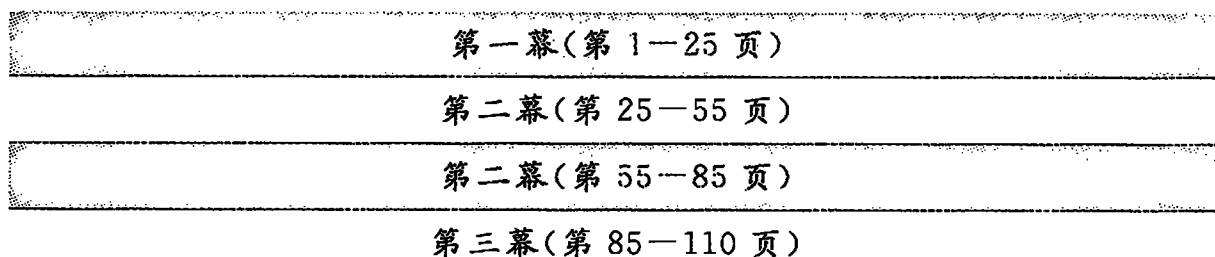
我!我!我!

好吧,现在来探讨一下你以及你的案板。

第一张卡

拿到你觉得大小和类型感觉最舒适的案板后，挂在墙上仔细看看。空白的，是吧？现在剪三条长胶带做四条等宽带，或者更大胆些直接用彩笔。

不管哪种方法，最后看起来是这样的：



第一行是第一幕(第 1—25 页)，第二行代表第二幕开始到 midpoint 前的一半(第 25—55 页)，第三行代表从 midpoint 到进入第三幕前的一半(第 55—85 页)，第四行是第三幕到影片终场画面(第 85—110 页)。

看起来很简单，是不是？是的，就是这么简单，一目了然。案板使用一阵子后，你会觉得熟练起来。很快，像玩具汽车的赛场一样，这个假想空间的边边角角都会让你觉得滚瓜烂熟。

你很快会发现每行的结尾就像故事的铰链。第二幕衔接点、midpoint、第三幕衔接点是转折点(turn)，分别在第一、二、三行的结尾。个人认为，这样才完美地符合剧本的意境地图。如果你看了悉德·菲尔德的架构——每个转折点都使故事进入新的方向，你会明白每个转折点的确切位置。

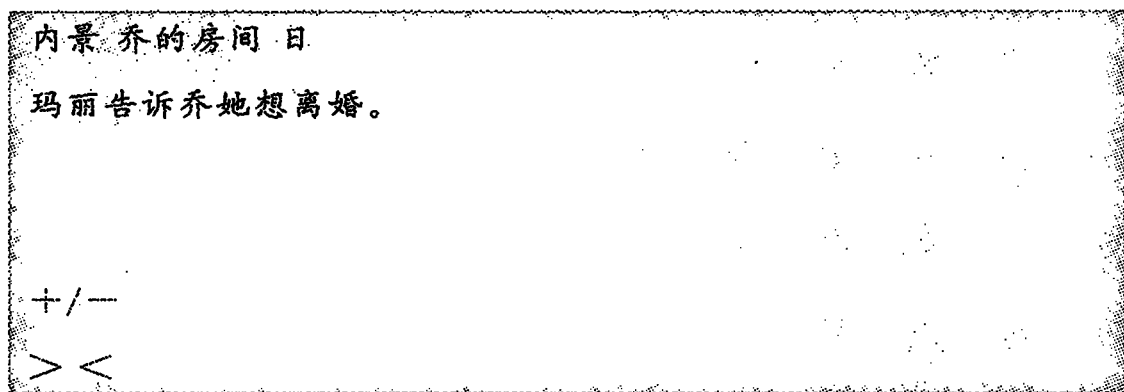
现在我手上也有一盒整洁、干净、崭新的索引卡。(拆开包装纸的感觉很好!)现在，在一小撮彩笔及彩色图钉的帮助下，我准备开始放置第一张卡。为了花上尽可能多的时间，我通常工工整整地把影片片名写在一行索引卡里钉在案板的最上方，然后后退一步。在接下来的几个星期或几个月里，这块案板将覆盖上众多纸片、箭头、色彩编码及机密信息。现在，案板还是干净的。

伙伴们，享受其中的乐趣吧！

虽然你可以在索引卡上写任何东西，但主要应该用于写场景。到完成任务时你会有 40 张索引卡，到时数一下，40 张，不会再多。但是现在，这个初步

阶段,可以放松些。你不妨想用多少就用多少。不过用完了你还得回商场去浪费时间——现在,开始吧!

最终 40 张卡片上的内容是很简单的。每张卡片代表一个场景,那么每个场景发生在哪里呢?是内景(interior)还是外景(exterior)呢?是一系列包含多个外景地的追逐场面吗?如果你能想明白,用彩笔写下来:内景 乔的房间日。每张卡上还应该包含以简单明了的句子表述的场景的基本动作。如“玛丽告诉乔她想离婚。”更详细的信息可以迟些添加。现在,正常的节拍或场景看起来是这个样子的:



在任何剧本写作过程中,首先要把场景中必备的东西先拿出来。这些是你确定将用以深入影片的场景,是你从一开始就想写的东西。对我来说,这些东西通常是比较有意思的片段,后面接着主角入场的精彩场面,还有可能是结局。嗯,把每个创意都写在索引卡上,然后钉在案板上相应的位置。索引卡最终可能会落在其它位置甚至被去掉,但把心中场景写出来的感觉很好。是的,都摆在那里了!你可以看到所有的创意。

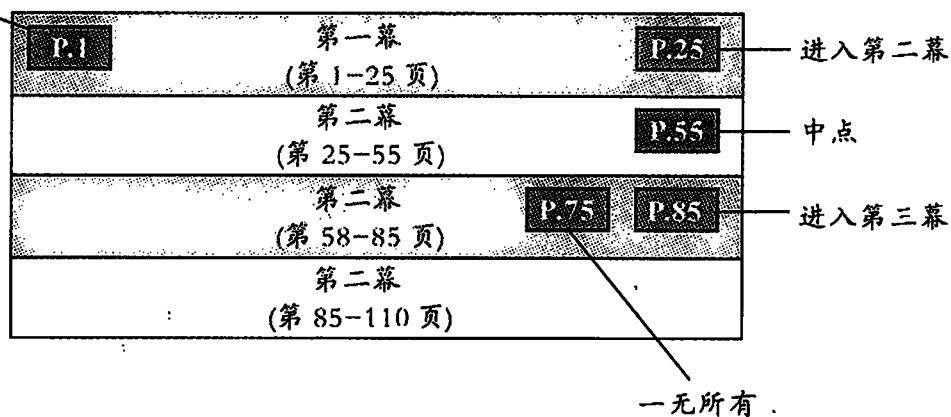
现在还有大块的空白空间。嘿,之前没有开始写你不觉得高兴吗?所有曾渴望写出来的精彩创意不会像原先想的那么好。一旦创意落实到索引卡并钉在案板上,故事仿佛跟原先不太一样。影片精彩的开场、中间的追逐场面、激烈的戏剧性决斗,在脑海中很容易实现,但写出来后摆在那里并不是那么回事。在案板上只是整体的一小部分。但如果你想让这些精彩场面鲜活生动起来(这是必须的),有些工作一定要做。现在艰难的部分开始了。

大转折点

接下来你要钉上去的索引卡是故事的链接点：中点、第二幕后链接点、第一幕后链接点。你既然熟悉了节拍表，当然知道这些链接点的重要性。或许你的做法有所不同，我总是先确定大转折点。

我先从中点开始着手。前面章节讲过，中点是“顶峰”或“低谷”。你的主角在第 55 页时要么获得让人晕乎的伪胜利或同样让人昏乱的伪失败。在大多数情况下，确定了的中点会给你指引方向——这时你要谋定而后动。多数人都能确定第一幕后链接点。你影片的故事架构、故事历程，或至少影片的开端，是在你脑海里的。但故事会走向何方呢？中点会告诉你。这就是为什么确定中点如此重要的原因。

开场精彩片段

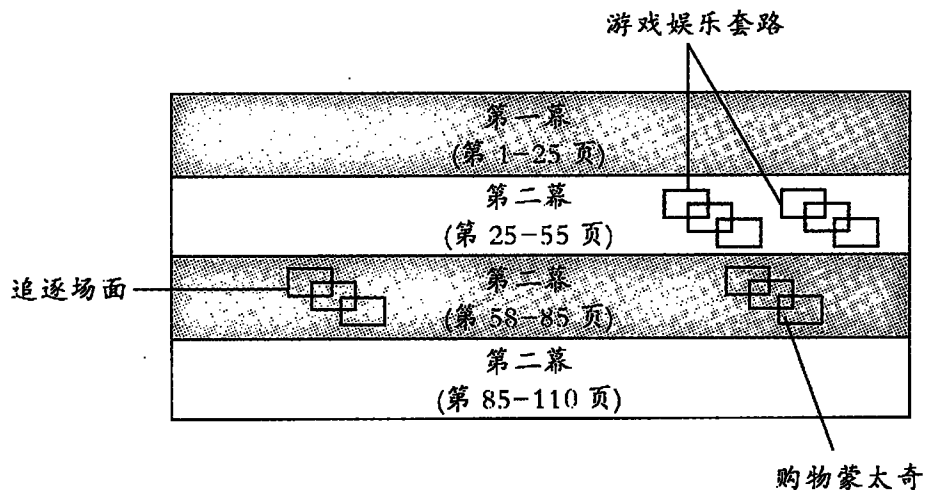


中点确定之后，“一无所有”就水到渠成了。“一无所有”是中点的反转。如何把“顶峰”或“低谷”的中点反转来创造伪对立？虽然确定中点和“一无所有”需要花点时间，你还是要试试。如果这两个点确定了，进入第三幕的链接点（即第二幕后链接点）就是小菜一碟了。现在案板开始充实起来，差不多应该是这样的：

过载幕和黑洞

对我来说,最大的问题是在索引卡上犯错误,把并非故事节拍、并非实际场景的东西搬上去。在较早阶段设计架构和第一幕的动作时尤其如此。我为前 10 页准备了三四张卡,这三四张卡就是三四个给我带来催化剂的场景。但经常会充斥“主角被诬告犯有重罪”、“主角是萨克斯管演奏家”之类的事件,导致出现七八张卡的情况。这些并不是场景,而是背景故事。这些卡最终会合成为一张卡,标上“初见主角”,表示在真正场景中主角走入房间,观众首次见到主角。

如前所述,很多背景故事、人物特性及故事架构需要设计。你所有精彩的创意都会落实到索引卡上,像交通高峰时刻 405 公路上的宝马车一样挤在一起。不要害怕,最后会逐步减少的。重要的是把所有创意都拿出来。现在是大胆尝试的时候,什么都可以想,然后把所有想到的东西都钉在案板上,看看会怎样。



当场景段落都聚集在案板上时,会更加混乱。虽然“追逐场面”会包含多个场景,也会有室内和室外的场景安排,但实际上就是一个节拍。因此一个段落有五六张甚至七张卡的情况也会经常出现。没关系,最终会合成到一张卡

上,但现在看起来是这个样子的。^①

使用案板的好处之一是可以方便地找到问题所在。当出现黑洞(剧本中想不出如何把这部分与下一部分链接起来的地方)时,把案板摆在面前。你要做的就是看着案板“哭”。相信我,那些黑洞就在那儿嘲笑你,时复一时,日复一日。“怎么了,布莱克?想不出来吗?碰上故事难题了吗?”但至少你知道问题在哪里,需要解决什么问题才能填补这个空白点。案板上每行你要填上9到10张卡。你必须想办法填上。

轻飘飘的第三幕

设计这些索引卡有趣的是:早期阶段设计的第三幕份量总是偏轻。

通常就是两张卡:一张标着“主角现在想到该怎么做了”,另一张标着“对决”。

哈!每次看到这种情况都会“杀伤”我。

你总是会推迟修补这个问题。

别怕。

最后这个问题会得到解决的。你脑海中会充满各种点子,第三幕会慢慢充实起来。如果不行,回到第一幕中看看铺垫以及需要修补的六件事。这些在第三幕中有没有都落实?

如果没有,应该落实。

B故事怎么样?不论B故事是真正的爱情故事还是影片的主题中心,在第三幕中都要落实。实际上,你越想把松散的结尾、C故事、D故事、E故事、重复画面、主题等绑定起来,你就越会意识到剧本中的“宿债”必须在第三幕中得到解决。除此外还能在哪里解决呢?(什么?你不会在影院里发小册子解释影片中的问题吧?)

坏蛋怎么办?你让军官们去杀掉恶棍了吗?主角的毁谤者是否都得到了应有的报应?这个世界有没有被主角的行为改变?很快第三幕中就会挤满了

^① 购物蒙太奇,shopping montage,源自于影片《风月俏佳人》(Pretty Woman)中茱莉亚·罗伯茨的购物段落。本释义来自英文维基百科。——译者注。

充实最后这些场景的卡片和各种创意。完成这项工作需要 9 到 10 张卡。

应该是这样的。

色彩编码

现在这里有一件很酷的东西。会花不少时间,但很重要。每个人物的故事如何展开并穿插在一起?最好能以视觉方法成功地呈现出来。这里是彩笔发挥作用的地方。以色彩对每个故事进行编码。梅格的故事卡片是用绿色彩笔填的,汤姆的故事卡用的是红色彩笔。在你把这些卡片钉到案板上后,这些故事如何穿插或者是否需要修改就显得一目了然了。不知道用案板以前(编剧)是怎么活的!看到这些节拍跃然于案板上,让你意识到在开始写作时再来考虑这些问题简直是个噩梦。剧本就是结构。要像瑞士手表那样精确地控制情绪。看到不同颜色的故事穿插在一起会让你明白这种规划是多么重要。但色彩编码还有其它功能:

- 支持和强化主题的故事点及重复意象也可用色彩编码;
- 次要人物(minor character)曲线可用彩笔标记;
- C、D、E 故事也可用色彩编码。

一旦案板上有了不同色彩的索引卡后,你就可以往后退几步看看自己的天才设计。

当然,所有一切最终都是为了节省你的时间。有什么比剧本在写作过程中同时还要处理这些结构问题更糟糕的呢?在案板上挪动卡片比修改你喜欢的主干段落要容易得多。先进行结构设计,剧本写作会更加顺畅。

精 减

最终的案板上应该是 40 张索引卡。大致上是案板上每行 10 张卡。因此

如果有 50 张卡或者只有 20 张,你就有问题了。

最可能出现的情况是多于 40 张。当你检查每个节拍确定动作或意图是否能够合成到另一个场景里或干脆删除时,其实效就显现出来了。早前提过,有些地方我常会碰到问题。铺垫(设置)对我来说是件大事。第一行有时我会有 20 张卡。我觉得这里有很多东西想说明白,并且有不少唠叨很久但还说不明白的东西。然后我就想着这些节拍怎样删除或怎样合到其它地方去。如果我确实认为没有某事物还能活,那么这个事物就可以去掉了。一般第一行我会减到 9 张卡。

这样很理想。

我还会有很多段落。如散布各处的追逐场面和动作套路。这很容易修正。这部分只要写追逐场面就可以了,不管有多少场景,都当成一个节拍。就推进情节而言,那只是一个节拍。

在我觉得比较弱的地方,比如坏蛋逼近这种疑难问题,对自己要求不会太严。有些地方没有完整的方案,我可能就空在那里,期望写作过程中会出现奇迹。但潜意识中,我知道必须抽时间把这些地方填上。把一切摆到案板上可以让我知道问题在哪里。

+/-和><

现在案板上已经有 40 张索引卡了,你对故事走向已经心里有数了,你可能觉得已经差不多了,其实不是。下面有两件很重要的东西,每张卡上都要有,而且在开始剧本写作前必须完满解决:

其一是+/-符号。其二是><符号。

这两对符号要以之前没有用过的色彩写在每张卡的下部,大致如下:

内景 咖啡店 日
鲍勃勇敢地面对海伦的秘密。

+/- 鲍勃乘兴而去,败兴而归。

>< 鲍勃想知道海伦的秘密;但海伦不能告诉他。

+/-符号代表每个场景中你必须要实现的情绪变化。把每个场景当作一个迷你电影短片。每个场景要有开端、发展和结局。同时还必须有导致情绪基调戏剧性转变的事情发生，要么从+到-，要么从-到+，就像影片的开场画面和终场画面一样。这在删除较弱场景和确定场景中真实必要的需求时非常有用。如：在某个场景的开头主角很狂妄。他是个律师，刚打赢了一个大案子。然后妻子带来了一个消息。现在案子结束了，她想离婚。很明显，你的律师主角开始时是+（正面）情绪，现在是一（负面）情绪。

不管你信不信，每个场景中都必须要有这种情绪转变。如果没有这种情绪转变，那你对这个场景还没有头绪。用简洁的+/-符号把40张卡中的情绪转变全都标明后再开始写。如果你想不明白，先把卡扔到一边。很可能犯错误了。很多人，比如罗伯特·麦基（Robert McKee），认为这些“+”和“-”必须绑定成“+-/-+/-+/-+/-+”的样子，形成情绪的起伏，我觉得这可能稍有点过了。知道每个场景中情绪必须要有转变并且表现出来就足够了。

另一个符号><用于冲突。为帮助理解冲突，我总会想起这样一个场景：灯亮起来，两个人从相对的两扇门走进房间，在房屋中间狭路相逢，然后试图通过对方到对面的门。他们都带着目标进入场景中，同时互相挡着对方的道。这就是冲突。冲突或者是身体上的，或者是口头上的，甚至可能只是一个家伙想去小便要赶紧跑到洗手间！在构思每个场景的时候，冲突必须是你脑海中最重要。中学英语课中所学的人与人、人与自然、人与社会这种冲突的基本架构都可以在这里派上用场。

每开始写一个场景，你必须知道场景的主要冲突是什么、谁在反对谁。每个人，或者每个实体，都会有待办事项。那是什么？他如何与这个人或必须通过的实体产生冲突？每张索引卡底部的><符号后必须填上场景中冲突的双方、冲突点是什么、最后谁赢了。如果人物或冲突点多了，冲突可能会比较乱，场景也可能会乱。请记住，一个场景只要有一个冲突就可以了。一个就足够了。不论冲突点是大还是小、身体上还是心理上，总之必须要有冲突。每个场景。无论何时。如果你找不到冲突，想办法创造一个。

冲突之所以如此重要、之所以每个场景中都必须存在，其原因还是因为冲突非常原始（再次用到了“原始”这个词）。通过在每个场景中设置冲突，原始

的思想可以确保你总能够吸引观众的注意力。为什么呢？因为我们喜欢看人们冲突。冲突会吸引我们的注意力。为什么摔跤是最长的“电视剧”？因为摔跤是能看到的最原始的娱乐节目：死亡。两个人都企图杀死对方。为什么大多数影片中都会有爱情故事？因为这个冲突是永恒而且很诱人的：性！两个人都想和对方上床。关键之处，为吸引并保持观众的注意力，要使影片中的每个场景都这样原始。如果场景中的人物没有冲突，那这个场景你还没有考虑完善。因此……

找到冲突……检查冲突……或扔掉冲突。

如果真的扔掉了，别哭，只是一张卡而已。

准备展翅飞翔

完成时第一行应该有 9 张卡，第二、三、四行也应该有 9 张卡——等下！这不只有 36 张卡了！嗯，剩余 4 张卡用于那些必不可少的场景。把这些卡钉在任何你想放置的位置——我们没有必要那么精确。但 40 张卡是你的所有……或所需。在案板上布置得再完美也不会有额外的加分。想象故事的消长起伏跟设计索引卡一样有意思，但还要问问自己“我投入到案板设计工作中了吗？我是个编剧吗？”如果案板太完美，或者你花太多的时间使案板完美，那你就不是在为剧本写作做准备，而是在拖延了。不要这样。实际上我总想在案板工作完成之后就写，而不是把案板做得很完美才开始。就像做果冻一样，你要在它变硬之前开始。到我被图钉和索引卡困扰的时候，就是该停手的时候了。

对我来说，速度总是很重要。我想把案板工作完成，然后开始剧本写作。一旦我把 40 个节拍设定好并完成每张索引卡上的 + / - 和 > <，就知道准备工作已经足够了。现在我准备放下图钉、卡片和彩笔开始打字了。（突然开始打字感觉很棒！）

案板上的工作很重要，但这只是一种个人耍玩的技巧，一种存贮脑海中契机、节奏、场景和段落的联系。案板使我可以琢磨这些元素但又不滞留于这些

元素。当我开始写作的时候,我必须能够把它放在一边。我有多少次开始写作并抛开原先预想的念头?又有多少次我喜欢上被提升为主角之一的次要人物,而这个人物的案板提纲中却只字未曾提到?嘿嘿,答案是很多。事实就这样。案板能够为你做的是准备好战场、让你检测理论、加强某些观念并弱化其它。

本主题的最后寄语

事实上当你打上“淡入”时,案板就没什么意义了。但我希望传达给你的这些东西仍能在你脑海里闪现,仍能跟随你左右。这些东西是:第25页冲击幕间断点,重重地冲击中点和“一无所有”契机;每个场景中必须要有冲突。即使在故事中迷失方向也能记起这些东西的话,故事的架构会很好。在你开始写作的时候,记住这些“变化无常之海”中的岛屿是很重要的。

案板的作用就在于帮你完成剧本。

墙上挂着这个便利的指南带来的好处是:如果迷失方向,如果想不出接下来该怎么办,你就可以回到案板前,可以回到正轨。电影编剧过程中最糟的情况是烂尾。未完成的剧本是卖不出去的,肯定卖不出去。事先做好案板工作可以最大限度地避免此类事情的发生。

我的秘密武器

如果我真的卡住了,我会给迈克·契达打电话。

我会跟他说:“迈克,我不知道坏蛋逼近部分怎么了,你能看看吗?”接着我把相关信息发给迈克,然后到日落广场的欧派咖啡馆吃一顿昂贵的午餐——即使我不能亲自到场,也要保证有人跟进我的项目。迈克是好莱坞我认识的能够实实在在地看你寄给他的材料并且知道如何进行修补的电影人!他甚至还会进行

详细的注解。他是相当聪明的人——可以让我继续往下走。跟咖啡馆女服务员打情骂俏心满意足之后,从昂贵的午餐会回来,你会发现自已又有麻烦了,再给迈克打电话,他脱口而出的第一句话准是:“你这家伙是不是开玩笑啊!”

如果你想跟迈克·契达征求电影剧本写作方面的建议,可以通过网络跟他联系,网址:www.mikecheda.com,迈克会阅读并分析你的剧本,收费500美金。我觉得这种交易是很超值的,所以总是跟他说应该提高价格。如果你问我的话,我觉得每个剧本应该收5000美金。在《创造性的电影编剧》(*Creative Screenwriting*)杂志中有篇文章把他称为“电影编剧界的菲尔博士”^①。这也是一种表述。对我来说,他是教会我一切的那个家伙,而且是免费的。

总 结

目前为止,剧本写作开始前的一切你都知道了。如果因为做我推荐的这些步骤而把你的电影创意延后很长时间的话,你现在开始打“淡入”,然后开始。

激动吗?

应该激动!但你先要检查一下“深海潜泳准备”的清单:

1. 你有一个很好的电影创意。我的意思是杀手级的!你有杀手级的标题、杀手级的故事线,并且拿朋友们和陌生人做过试验,他们都迫不及待地想看你的电影!

2. 你已经完成了类型片的家庭作业。你已想明白影片的类型,并且观摩了过去20年好莱坞的所有相关影片。你知道创作者成功在哪里,失败在那里,更为重要的是你的影片要更进一步,而且要做到似而不同。要确信你有些新的东西!!

3. 你已想清楚踏上这趟旅程的最佳主角。这个人物在那种情景下要能够带来最大的冲突,带来最长的情绪历程,让最多的观众喜爱!你给了主角最原始的目标,还有阻碍主角实现目标的超级坏蛋!!!

^① 菲尔·马格罗(Phil McGraw),美国最著名的电视节目主持人之一,他主持的节目名称即为“Dr. Phil”(菲尔博士),观众群极为庞大。——译者注。

4. 最后,你已经用节拍表把影片节拍列出并把所有精彩场面放到案板上,试过很多创意、主题、故事线,而且删减到了40个实际场景,每个场景内都包含有从开端到结尾的情绪转变(+/-),每个场景内都有冲突(> <)!!!!

兄弟,你已准备好了! 什么让你停下来?

当你开始写剧本时,我们会等你支持你前进。你作为深海潜泳者,已下到了潜意识的深度,我们将会是站在码头给你插氧气管的人。要确保生命中有来自朋友或爱人的支持! 因为当你沉浸到故事里面,企图捕捉完成任务所需的思想和灵感时,你必须相信现实世界中的亲人朋友们正支持你、关怀你。这样你可以思如泉涌! 你会看到各种各样完美的、奇怪的事情,会惊异于你能掌控的事物,会因为这种美妙体验而感到震撼。但这也是危险的,质疑和焦虑会缠绕着你,会让你看到并不存在的可怕事物。为了能够撑到结尾,必须有你信赖的人在你背后,给你切实的支持,并呵护你的努力!

不管你生命中有没有那种情况,我们都会在上岸等你。希望你好好的。我们这些写电影剧本的人希望你成功,成为超级大赢家,我们很清楚你即将亲历的东西,希望你不要忧虑。因此当你做好准备潜入黑暗中时,我们希望你有好的猎获。在等你出来时,我们会花点时间聊聊电影剧本写作中的趣事。

祝你好运! 上帝赐福编剧!

技 巧

1. 从观摩过的同类型影片中选择一部,提出节拍表,并把这些节拍写在索引卡上。把这些索引卡钉在案板上。如果你还没到用图钉,可以试试简便的方式。

2. 从若干喜爱的影片中找几个场景,并按照情绪转变的+/-值分类。场景开始时情绪是怎样的? 结束时又是怎样的呢? 是不是相反的情绪节拍?

3. 用同样那些场景进行> <冲突测试。冲突各方谁或什么是反对力量? 谁赢了? 这些影片中你最喜欢的场景冲突是不是最强烈的? 冲突是不是越大越好?

第六章 剧本写作的金科玉律

本书真正的灵感来源于一个简单的愿望：我有一些电影剧本写作方面的漂亮规则，我想因整合这些规则而获好评。

就是这样！

这些是我和我的编剧伙伴们经年累月收集起来的不可违背的法则。我喜欢这些法则。因为对我来说，电影编剧既是艺术，又是科学，是可以量化的。支配剧本的规则是常量，有些是永恒的（请参阅约瑟夫·坎贝尔的相关书籍）。

跟所有叙事技巧的研究一样，随着你看过的影片越来越多，这些真理逐渐变得明显起来。当其中一条金科玉律突然清晰地呈现于眼前，你会不自主地喊：“找到啦！”你可能想插杆旗子宣称这是你的。

当然不是！这些规则是不能被“发现”的。这些规则是在你我之前就已存在的真理。但每当又一条规则出现在我的词典里时，我仍会激动不已。

我很喜欢这些剧本写作的金科玉律，我希望这整本书写的就是这些金科玉律——但常识告诉我不行。为了让大家都明白所讲内容，在到达精彩部分之前，我必须阐释电影剧本写作从创意到实现的过程。

我这么做难道你会不高兴吗？

但即使这对我来说是餐后甜点，很有意思，是本书存在的理由，你们中仍有部分人会对此不屑一顾。是的，仍然会有人质疑我的规则。

你是反抗体制的那类人，想制定自己的规则，非常感谢你。当人们告诉你什么事不能做，你就想做。

你要知道……电影编剧！

我要向质疑我的人喝彩，好！但至少要让我展示一下，让我活动一下手脚——让我告诉你在你一棍子打死之前展示这些规则是多么聪明，呵呵。要

记住了解这些规则的价值在于你可以推翻它们。在毕加索(Picasso)涉猎立体派(Cubism)之前,他首先要成为素描大师。这使他有了名声和地位。因此各位“成长中的毕加索”,下面就是我的编剧规则:

救猫咪

救猫咪,既是本书的书名又是编剧规则,我发现是颇有争议的。虽然很多看过本书手稿的电影编剧对这个大前提印象深刻,仍有少部分被这条规则吓了一跳,并觉得这不是最好的一条。很多人认为影片《午夜惊情》中发现的“救猫咪”(详见本书“前言”部分)是老套的,是本来不错书籍中最差的一条建议。不但如此,他们还觉得使主角“可爱”是让人厌烦和枯燥的,是迎合观众的表现。

回顾一下,救猫咪这条编剧规则是:“当我们见到主角时他必须做点事情让我们喜欢他并希望他胜出。”这是否意味着为了让我们对主角产生好感,看过的每部电影都得有主角施舍盲丐的场景呢?不是的,因为这只是部分含义。为了应付吹毛求疵,请允许我中途插进说明:

救猫咪的附注:编剧必须注意要在一开始就让观众与主角的困境“同步”。为便于理解,我们来看看一部绝对不能称为“拍观众马屁”的电影《低俗小说》。我们差不多在《低俗小说》的第一个场景就见到了约翰·特拉沃塔和萨缪尔·杰克逊(Samuel L. Jackson)。他们是“主角们”。他们都是吸毒成瘾的杀手(发型不太好看)。昆汀·塔伦蒂诺(Quentin Tarantino)在我们见到这两个本不招人喜爱的家伙时做了一件非常聪明的事——昆汀让这两个人物很有趣。而且天真。他们对麦当劳汉堡法国式称呼的言论很有趣,有点像孩子。我们从一开始就喜欢上了这两个家伙,即使他们马上要去杀人了,我们也会“支持”他们。可以说,塔伦蒂诺绝对遵循了救猫咪规则。他知道自己面临一个问题:这两个家伙即将去做坏事。就特拉沃塔而言,他会成为影片的主角之一,为了让观众支持他,必须让观众喜欢上他。在见到这两个疯狂的家伙后,我们确实喜欢上他们了。他们很有趣。编剧塔伦蒂诺没有拿观众的良好愿望来冒险,

而是以自己的方式让他们可爱起来。

救猫咪！

“让另类主角或主角复仇故事能够得到认同”这类问题，可以巧妙地利用救猫咪规则来解决。电影剧本写作的金科玉律告诉我们，如果要把亦正亦邪的人物作为主角——只要让他的对手更坏就可以了。深究一下《低俗小说》的序幕场景(introductory)，可以发现塔伦蒂诺就是这么干的。在特拉沃塔和萨缪尔·杰克森抵达受害者房间前，特拉沃塔描述了他们老大的凶狠，他讲述了老大的一个手下因为给老大的妻子做了个足底按摩，就被扔出窗外。这也是救猫咪技巧的另一个例子：当你的主角某种程度上是个烂货，或者不那么招人喜欢，只要让敌手更恐怖即可。如果你觉得特拉沃塔坏，那就看看他的老大。跟那家伙比特拉沃塔就小儿科了。瞧！我们喜欢的程度和憎恶的程度达到了完美平衡。开始认同吧！

在很好看的家庭题材电影中也会出现主角不招人爱的问题。我最喜欢的救猫咪实例，一个我重复很多遍的实例，是迪斯尼公司的影片《阿拉丁》。在做这部热片时，迪斯尼公司遇到了主角的可爱度的问题。回去看看原始素材。阿拉丁，在原始素材中有点像傻瓜，被宠坏了，又懒惰。说得更糟一点，是个贼。很幸运的是迪斯尼的创作团队中有特里·罗西欧(Terry Rossio)和泰德·艾利奥特(Ted Elliott)这样的高手。罗西欧和艾利奥特对我来说是当今好莱坞的两个最佳编剧。(不太知名吧！他们的宣传人员跑哪去了?！)

这两个天才编剧的做法是，给阿拉丁一个序场来解决这个问题，这是一个经典的救猫咪实例。在这部1亿美金票房的热片中，我们看见阿拉丁做的第一件事是顽皮地偷食物，因为他饿肚子了。手执弯刀的宫廷卫士在市场上把阿拉丁追得鸡飞狗跳(顺便说一下，这也是介绍地理环境的好方法)，最后阿拉丁终于把卫士们甩掉了。阿拉丁安全地躲在小巷里，准备吃偷来的皮塔饼，这时他看到了两个饥饿的孩子。接着，这孩子真不错！阿拉丁把饼给了他们。现在，我们“认同”阿拉丁了。即使他有点小偷小摸，即使他有点游手好闲，我们也会认同他。因为罗西欧和艾利奥特花了点时间让我们理解主角的困境，我们希望看到他获胜。

重点在于：关心！虽然你不必为让观众喜欢主角而在每部影片中让主角真的去救只猫咪，帮老太太过马路或在街口溅得一身水，但每一次你都要抓住

观众并让他们理解主角及影片的故事。不管主角是谁,主角干了什么,你都必须花时间以一种能让观众认同主角的方式去架构主角的情境。如果做不到,如果你走《古墓丽影》的路线并认为观众会喜欢你的主角——停吧,你没在做你的本职工作。即使有些影片这么做并侥幸过关,影片也不能成功。还是要有好的、严谨的叙事。

泳池里的教皇

泳池里的教皇与其说是一个规则,其实更像一个技巧,但这是我喜欢提起的好玩的技巧,一个电影中始终存在的技巧。这也是编剧大师迈克·契达教给我的第一个诀窍。

你的问题在于:如何隐藏呈示部?呈示部是为让观众理解后面发生的事情而必须告诉观众的故事背景和细节。但谁愿意把时间浪费在这种地方呢?这很麻烦!这就像场景杀手!这是复杂情节中最糟的部分。

那么聪明而细心的编剧会怎么办呢?

迈克·契达告诉我他曾看过乔治·英格伦(George Englund)写的一个剧本叫做《谋杀教皇》(*The Plot to Kill the Pope*),里面做得很聪明。这应该说是个惊悚片。让观众了解关键背景故事细节的场景是这样的:代表们去拜访梵蒂冈的教皇。猜猜会见地点是在哪里?梵蒂冈泳池。教皇在那里身着泳装,随着呈示部的展开在泳道里来回游动。我猜观众们甚至没有在听。我们只是想:“我不知道梵蒂冈还有游泳池?!看看,教皇没穿教皇的服装,他……穿着泳装!在你说出“主教之冠在哪儿”之前,这个场景已经结束了。

泳池里的教皇!

“泳池里的教皇”始终有效,但利用这个技巧我写了一个让我引以为傲的场景。这是科尔比·卡尔和我合写并卖给迪斯尼的剧本《滴答滴》(*Drips*)中的一个场景。这是一个喜剧片,《滴答滴》是讲两个愚蠢的水管工人被忽悠去比弗利山大街底下偷油。两个水管工人受漂亮女孩引诱加入盗抢案中,并受邀到女孩老板家,在那里坏蛋讲解盗抢过程,同时必然地会展开影片的故事情

节。他会讲解这两个水管工人如何潜入那所房间下的油井里，然后把原油连接到城市底下的排水沟里，这样原油必然会流向大海，坏蛋的油轮会在那里等着。（相信我，这是有可能的。）在让观众坐听这个可能无聊的说明时，我们是拿观众的注意力来冒险。

我们的解决方法呢？泳池里的教皇。

在这个场景中，会议开始前，两个傻瓜主角为向漂亮女孩炫耀进行喝冰茶比赛——他们都喜欢这个女孩。在会议开始时他们都想去小便。相当尴尬。这个场景的幽默之处在于，他们坐在那里，两腿交叉，努力想把注意力集中到坏蛋的PPT演示上，但各种“利尿”的画面都浮现在他们周围。窗外，草坪上的自动喷洒器源源不断地喷水，邻家小狗在灌木旁酣畅淋漓地“解脱”。还有房间内女孩拿着透明水壶往漂亮的高脚玻璃杯里倒冰茶。看到这些画面，两个主角的眼睛慢慢地、痛苦地对视，同时坏蛋一直在唠叨着至关重要的偷盗信息。

我们获得信息，同时穿插着……这场面很滑稽。

在影片《王牌大贱谍》(*Austin Powers*)中，迈克·梅尔斯(Mike Meyers)给我们带来一个很好的例子，其中有个被称为巴兹尔(迈克尔·约克饰)的人物，其作用只是向英国超级间谍(还有观众)讲述繁琐的背景故事。每次巴兹尔出现，我们都知道将会有一番啰嗦的解释，但请注意一个事实：他们明白我们已经知道将会啰嗦并且我们还会忽视这种啰嗦。

泳池里的教皇的例子还有很多，现在你已经知道这个规则，你可以自己发掘新的方法来隐藏背景故事。不论是《加勒比海盗》(*Pirates of the Caribbean*)中两个滑稽喽啰的场景(我们从杰克船长那里得到真相)，还是惊悚片《燃眉追击》(*A Clear and Present Danger*)中拍打笼子的场景，“泳池里的教皇”规则总是会给观众一些看点，让观众能够比较愉快地接受必知信息。

要以轻松、有趣的方式来实现！

好技巧！感谢迈克·契达。

不要有双重神秘力量

双重神秘力量是个特别的事物。不要有双重神秘力量也是我们不能打破的规则，纵然常在影片中看到这个规则被打破。

我建议你不要违背，由于某种原因，观众们在每部影片中只能接受一种魔力。这是定律。你不可能看到外太空异形的 UFO 降落地球然后被吸血鬼咬中，结果现在既是异形，又能永远不死。

兄弟，这就是双重神秘力量。

尽管双重神秘力量会搅乱观众的思维体系，甚至在逻辑上是错误的，但还是始终有影片在“翻版”。

我最喜欢的例子是《蜘蛛侠》。为什么你愿意去看这部电影，但它成为大热片后，在电视上播放时你却不愿意再看一遍？

不可能是因为演员，我们喜欢托贝（Tobey）、科尔斯顿（Kirsten）和威廉（Willem）。也不可能是因为特技，以蜘蛛丝摆荡穿越城市很酷。我觉得在影片中间的绿色怪物出现时，我们的兴趣消退了。至少这是我失去兴趣的地方。

为什么？双重神秘力量。

《蜘蛛侠》的创作者问我们在同一部影片里面能否接受两种魔力。城市的这头，小伙子被有放射性的蜘蛛咬了一口，并因而拥有了把核子融合和蜘蛛相结合的超人力量。好吧，我接受。但在城市的另一头，威廉从另一来源获得了完全不同的神秘力量——实验室意外事件把他变成了绿色怪物。因此……

你说的是既有放射性蜘蛛的咬噬又有化学意外事件？他们引发了我的怀疑。他们破坏了这个世界的真实性，而之前已经要求我们相信过一次了。他们怎么敢这么做呢！跟救猫咪一样，当我看到双重神秘力量的规则被打破，我就会抓狂。这是很草率的。这是创造力低下的产物。但在漫画的世界里，一定程度上可以原谅。

另外一部大热片中也有双重神秘力量，那部片子摆脱不了是因为该片改编自漫画。在奈特·沙马兰（M. Night Shyamalan）的《天兆》（*Signs*）中，影片

要求我们相信外太空的异形已经入侵地球。除了相当尴尬的“超智能异形被人用球棒解决”(“挥动胳膊吧,梅里尔!”现在是我喜欢的拙劣台词)结尾之外,影片讲的是梅尔·吉布森对上帝的信任危机。



“挥动胳膊吧,梅里尔!”在奈特·沙马兰的《天兆》中,乘坐高度先进的宇宙飞船以光速来到地球的超智能异形被棒球选手打倒。

噁?!

我想说来自太阳系外超智能异形的证明某种程度上打败了信仰上帝的一切说法,是不是?但沙马兰让我们同时要弄这两者。真是有点乱七八糟。

我猜沙马兰开始写剧本时只有一种神秘力量——异形的麦田怪圈,然后意识到我们已经见过那玩意儿了。为了使他的异形电影有所不同,他努力使影片更富有意义。好吧。但与此同时,他也把影片搅浑了。异形抵达时,梅尔·吉布森的信仰危机是很荒谬的。你想看奇迹吗?看看窗外——异形已经降落了,梅尔!!!因为沙马兰要让我们在脑海中权衡的是关于上帝和外星人是否存在的辩论。

嘿,上帝和异形不能搅在一起。为什么?因为这是两套不同的神秘力量。这是双重神秘力量。如果你不相信,试试把“异形”和“上帝”这两个词对换一下,看看自己是否会迷糊。

因此,除非你超有把握会是热片,或者必须把漫画改编成电影,不然不要尝试双重神秘力量。

每部影片中请只使用一种魔力。

这是定律。

铺 垫

汤姆·克鲁斯主演的《少数派报告》(*Minority Report*)中有铺垫,本·斯蒂勒和詹妮弗·安妮斯顿(*Jennifer Aniston*)主演的《遇见波莉》(*Along Came Polly*)也有铺垫。但一旦我指出其中不足,你会明白这些影片的“铺垫”用得很冒险。在我看来,这些电影都存在不足是因为创作者走得太远。他们忽略了电影编剧赖以生存的一条金科玉律:

观众们只能忍受这么多的“垫子”。

铺垫是什么? 铺垫太多会带来什么风险?

让我们来看一下《少数派报告》,这部高成本影片改编自科幻片编剧菲利普·迪克(*Philip K. Dick*)的另一部作品。拥有《银翼杀手》(*Blade Runner*)和《宇宙威龙》(*Total Recall*)这类科幻大片的迪克已经成为原始素材的“处理能手”。《少数派报告》中的噱头(*hook*)是典型的迪克派,但是这部影片里为大前提所做的铺垫却让故事濒临失败。《少数派报告》讲的是未来的犯罪。在影片开场我们就看到其中的运作方式。谋杀即将发生,由于汤姆·克鲁斯主管监控未来犯罪的特遣部队,我们看到他展开行动制止了这场谋杀。在下一个场景中,影片转而解释这种行动的原理。我们知道汤姆正受到科林·法雷尔(*Colin Farrell*)的调查。我们甚至还看到三个躺在水里预言未来的“先知”。我们也了解到在汤姆的私人生活中,他失去了孩子,还有点毒瘾。也看到了我们无法完全相信的汤姆的导师(迈克斯·冯希道(*Max Von Sydow*))。好吧,一切正常。但等到编剧为故事做好铺垫时,我个人而言已经有点厌烦了! 影片是有点意思的,但重点在哪里呢? 到底要讲什么?

当汤姆收到最新的预示信息发现被追捕的罪犯是他自己时,故事才回到正题。由于知道先知们不会出错,汤姆必须查明怎么会发生这个错误及为什么会发生,同时还要阻止他被预示的谋杀。时钟在转,我们还在接着看。只是有个小问题:在这个情节点发生的时候,影片已经放了40分钟了。影片总共花了40分钟时间来设置故事的大前提,向观众解释故事的来龙去脉。影片花

了40分钟才抵达噱头：一个警官发现自己是罪犯。

各位同学请跟我念：铺垫太多了！

在影片《遇见波莉》中，我们也发现了同样的问题。为了让循规蹈矩的离婚男人本·斯蒂勒爱上疯狂女孩詹妮弗·安妮斯顿，编剧花了很大的笔墨去做铺垫。我们看到本与首任妻子结婚，然后去度蜜月，后来本发现妻子被潜水教练抱在怀里。这当然有意思。有本·斯蒂勒主演的影片我们的容忍度都很大。我们喜欢斯蒂勒先生！但编剧和导演（同一个家伙——有趣而又天才的约翰·汉伯格(John Hamburg)）在拿观众的注意力冒险，用众多的故事情节来铺垫“本·斯蒂勒约会詹妮弗·安妮斯顿”——这是我们来看这部电影的原因。

在《遇见波莉》和《少数派报告》这两部影片中，铺垫（设置故事情景所必需的东西）是冒着失去观众注意力的风险的，我认为这是由于影片故事体验减低的原因。由于需要太多的故事背景来为影片做铺垫，影片的整个故事就不成样子了。

说实话，对于铺垫我有比较深刻的理解，很多次因为铺垫而停下笔来。《小鬼富翁》的铺垫也稍微多了一点。为了让我们明白主角普雷斯顿走进银行用空白支票兑现百万美金，影片中做了太多的解释，来来回回做了太多的铺垫。还不算致命伤，但已经接近了。影片中铺垫部分比我的理想状态多了半个节拍。这是冒着观众失去耐心的风险的。我仿佛听到观众在喊：“快去拿钱啊！”作为编剧，我们要熟知观众注意力的宽容度。重要的是，如果你发现设置部分用了超过25页来进行说明铺垫，那你就有问题了。我们称之为“铺垫”，观众会叫喊“退钱”！

黑人兽医，糖太多了

在处理概念的创造性时，双重神秘力量规则的一个分支出现了，我称之为黑人兽医规则。

你经常会爱上电影创意中的某些元素并且不能自拔。你不能放开。你是

《人鼠之间》(*Of Mice and Men*)里的列尼(Lenny),准备把那只啮齿动物榨干至死。通常当你发现自己处于这种情景时,必须停下来。这是黑人兽医规则让你从这个概念退回来的时候。

黑人兽医规则是什么意思?

最好讲一下来源。在20世纪70年代,喜剧演员阿尔伯特·布鲁克斯(Albert Brooks,现在既是演员,又身兼编剧和导演)拍了几部《周六夜现场》(*Saturday Night Live*)的滑稽仿拍片。他最好的一部作品里,布鲁克斯牵着美国国家广播电台(NBC)的鼻子并抓住电视网的无聊,为几个国家广播电台本季即将播出的节目做了滑稽的伪广告。

其中之一就称为“黑人兽医”。在发腻的“NBC——在这里!”风格中,影片表现一个黑人演员饰演兽医,在诊所里和动物们一起跳来跳去。但这家伙以前是个军人。当解说员说明节目名称并出现伪广告台词时出现了经典台词(punchline,妙语):“黑人兽医,他既是退伍老兵又是兽医。”很滑稽!但这跟电视台的电视节目秀如此相似,如此表现对好莱坞类型片企图把10磅的粪便挤压到5磅的袋子里的绝望,使我发现其中的妙处。我个人是绝不会忘记的。“黑人兽医”只是个玩笑,然而你会震惊于我们创作人员多么频繁地沉迷于堆积精彩创意。就像吃太多糖果一样,就创意而言,适量才是最好。堆积过多的创意并不意味着更好。

在我的编剧生涯中,我最喜欢的“黑人兽医”的例子,是和第一个编剧伙伴——机智的企业家型的霍华德·伯肯斯合作时。当时我们都是年轻人,都属浑身是劲的编剧,有很多精彩的创意,同时也有很多烂主意。但霍华德和我获得了初步的成功,甚至还赚到了美国编剧工会的会员卡,这对我们俩来说都是很大的一个进步。由于我们那时为电视台工作,我们有电视剧的创意,当时我认为是很好的创意。故事设定在20世纪50年代,以被列入黑名单士兵的视角去冒险。我们把这个节目称为《左翼分子》(*Lefty*)。明白吗?左翼分子是指他的政治倾向,但听起来有点老套,很有50年代的感觉。好吧。但在霍华德坚持主角应该是左撇子时,我们把这个创意否决掉了。霍华德当时还建议主角还可以是拳击手,左撇子拳击手!那么主角既是左翼分子,又是拳击手,还是左撇子?我不停地问。霍华德觉得挺好。嗯……就我而言我觉得应该“选其一”。对霍华德来讲,相当于把有价值的东西都挤出来。虽然我在这

类事情上一一直很相信霍华德的直觉(霍华德在创意上很聪明,在生意上更为聪明),我还是不能支持。

糖太多了。

这是黑人兽医规则。

我们要遵从的是坚持一个好点子。这很容易。喜欢吗? 嗯,如果我再加几勺糖你可能更喜欢,是吧? 不行! 到今天,我和老搭档霍华德聊起来,他坚持认为在《左翼分子》这个问题上他是对的。我呢? 我当做耳边风,听而不闻。但这成就了电影编剧和创意的一个强大规则:简单反而更好。一个时间,一个创意。你不能吸收太多信息或堆积创意使故事变得更好。如果你那么干,会迷糊的。如果你那么干……快停下来。

小心那块冰川!

当坏蛋出现时,他们通常躲在暗处,离主角很远,然后“逐渐逼近”。有时候他们接近得非常之慢,套索收得无精打采,你甚至想对着银幕喊:

小心那块冰川!

我会这么做。

这是“危险”朝主角逼近的方式:非——常——慢! 每年靠近一寸。这使得原以为险恶的恐怖事件很不恐怖。如果你觉得像你我这样的大孩子不会出现这种事情,那就错了。好片子里面的危险也常会以龟速逼近。

看看皮尔斯·布鲁斯南(Pierce Brosnan)主演的《天崩地裂》(*Dante's Peak*)就知道了,这是1997年的两部火山题材的电影之一,主要靠圣海伦斯山(Mount St. Helens)发出的嗡嗡声赚钱。《天崩地裂》的故事是这样的:看见那座火山了吗? 它将随时爆发!! 就这样! 整部电影就这样。火山即将爆发,但没人相信这位英俊的科学家(皮尔斯·布鲁斯南),因此我们坐在那里等待证实他是对的(我们看过预告片)。嗯,在等待的过程中至少我们可以看着皮尔斯·布鲁斯南想:嘿,肖恩·康纳利(Sean Connery)会更好。

再看看达斯汀·霍夫曼的《极度恐慌》(*Outbreak*)。现在我们看到一部枯

燥的电影！基本上就是讲超级埃博拉病毒进入美国，霍夫曼努力寻找救治方法。但在我们等待的过程中，病毒缓慢地、极慢地、龟速地朝我们前进。该片基本上属“怪兽屋”型的电影，只是在《极度恐慌》中，人们不得不通过隔离小镇来创造“屋子”，并一带而过地向我们交代住在那里的人们，使我们关心他们的生死。当然，在 75 页之前我们一般不会见到这些人！但那又怎样呢？在等待达斯汀抓感染病毒的猴子时我们得有点事情做做，如果我记得没错的话，应该是《极度恐慌》的 D 或 E 故事……哥们！这些家伙怎么搞的？

甚至西部片里也有这种情况。在影片《天地无限》(*Open Range*) 中，凯文·科斯特纳(Kevin Costner)和罗伯特·杜瓦尔(Robert Duvall)的牛仔伙伴在第 20 页左右被坏蛋杀死，因此凯文和罗伯特坐在马上谈论那些坏蛋并商量怎么报仇，他们肯定会报仇……一个半小时！如果你想知道牛仔们如何获胜，显然是非常缓慢地获胜。

即使聪明的人们认为周四左右火山熔岩缓慢逼近会让我们的情绪兴奋起来，但看看，实际上并不会。

危险必须是眼前的危险。赏金必须是我们关心之人的赏金。即将发生在他们身上的事情必须从一开始就表现出来，以便我们知道后续的危险。如果不是这样，那你就违背了“小心那块冰川”的规则。这里是其它“冰川”的清单，这些“冰川”缓慢接近或者太远、没有威胁甚至无聊：

- 偷偷摸摸的坏人；
- 装备着 AK-47 的“蜗牛”；
- 来自西伯利亚的取消赎回信；
- 嗜杀成性的独脚老太太；
- 一群愤怒的海龟；
- 蝗虫

即使你的片名很靓很吸引人，也不要加入这些“坏蛋”。好吧，唔，除非蝗虫发生变异喜欢吃人！！这另当别论。

曲线公约

曲线公约这条编剧规则是指：影片中的每个人物在故事进行中都要有所转变。只有坏蛋才不会发生转变。但主角及其朋友都会发生较大的转变。

确实如此。

虽然我不喜欢“曲线”这个词，因为电影公司项目部主管们及电影编剧书籍的作者们已经把这个词用烂了，但我还是喜欢这个词代表的含义。“曲线”这个词意思是“从开端经过发展再到结尾每个人物旅程中发生的变化”。当曲线处理得好时，当我们能画出影片中每个人物成长和变化的曲线时，(曲线)就像诗一样。你说的实质上就是：这个故事、这个经历非常重要，对所有相关人物(甚至观众)来说可能改变人生——曲线会影响相关的所有人。自古以来，所有优秀的故事都会表现故事中人物的成长和心路转变。

为什么会这样？

我想电影故事中人物必须转变的原因是，如果你的故事值得讲述，就必须对相关人物都很重要。这是必须精心设计每个人物的铺垫和回应并贯穿始终的原因。我不知道为什么，但以浮现在脑海中的《风月俏佳人》为例。看看《风月俏佳人》中每个人物的曲线。理查·基尔、茱莉亚·罗伯茨、劳拉·桑·贾科莫(Laura San Giacomo)，甚至是导师型人物哈克特·埃利桑多(Hector Elizondo)都被这个爱情故事所感动，并因此而发生转变。唯一未发生转变的是坏蛋杰森·亚历山大(Jason Alexander)，他什么也没学到。

《风月俏佳人》是在这个规则上精心设计、做得最成功的影片。所有真正优秀的影片都会遵守这个规则，这是一个让你笑、让你哭的规则，也是一个让你想看第二遍的规则。

提示！

某种程度上，故事讲的就是转变。告诉我们谁成功谁没成功的标尺就是转变的能力。好人是那些愿意接受转变并能将其视为正面力量的人。坏蛋是那些拒绝转变的人，他们将自己封闭起来并自我腐朽，跳不出他们生命的沟

壑。要在生命中获得成功就要能够转变。这就是为什么转变不但是优秀叙事的基础,而且还是世界性宗教的基础。转变有好处,因为它代表了新生,代表了从头再来的承诺。

曲线公约。

不是我们所有人都相信吗?

在看过好电影后难道不是所有人都想加入生命之泳吗?在体验过所有人物曲线都有转变的影片后,难道不是所有人都想跳出自身沟壑、尝试新事物并对转变这种疗伤力量放开胸怀吗?

我们当然会。

“每个人物都有转变。”每当我写剧本时,这都是我写在黄色便笺上并贴在我苹果电脑顶部的口号。在我坐下来开始写之前,当它们被钉在案板上时,我会把人物故事图示化,做出每个人物如何转变的注释,当每个人物在故事中前进时标出重要的转折点。

如果你觉得剧本平淡,如果你有故事中缺少什么东西的感觉,快速检查一下曲线公约,看看在所有人物成长和转变方面是否需要再下功夫。

除了坏蛋之外,所有人都要有转变。

别让媒体介入

下面是我将要卖弄的地方。大日子啊!要知道,下面这一课学自史蒂芬·斯庇尔伯格。哦也……我们一起工作过。这是我职业生涯中最受教育的经历。但从电影编剧的金科玉律这个角度来说,他是最应该写这本书的家伙。我只能进行释义。

别让媒体进入,这条学自史蒂芬·斯庇尔伯格的规则,是吉姆·哈根和我在写后来卖给安培林娱乐公司的剧本《核心家庭》(*Nuclear Family*)时学会的。影片的大前提是:一个家庭在核污染地露营,第二天早上醒来后就具有了超能力。《核心家庭》是满足愿望式的喜剧。每个家庭成员都有希望有一项超能力:父亲,广告公司主管,拥有读心术,这使他在工作中可以提前应对小人的

诡计；母亲，家庭主妇，具有心灵遥感的能力，成为一个能用心灵遥控物体运动的超级妈妈；十来岁的儿子则成为了闪电侠，突然成了中学里的明星中卫；十来岁的女儿，原本老完不成家庭作业，现在拥有了超级大脑，能够轻松地在测验中得“A”。很有意思，特技很炫——但影片有个主题思想：影片结尾时他们每一位都放弃了所拥有的超能力。他们发现“成功”不如家庭重要。

然而，在写作过程中，我们曾想利用一切可能性。当我傻傻地想或许可以让媒体发现他们的超能力，让这个家庭被新闻记者包围，但史蒂芬·斯庇尔伯格告诉我不要这样，并且告诉了我为什么。

《ET 外星人》里面没有新闻团队，故事内容是外星生物来到地球并进入住在社区外围家庭的生活中。当然，你完全有理由为影片招来新闻媒体。有人抓住了一个活生生的外星人！就在那儿，大家都可以看。但编剧玛莉莎·麦瑟森(Melissa Mathison)在修改剧本时，斯庇尔伯格发现引入媒体后破坏了大前提中的现实世界。通过把消息限制在这个家庭和社区内，通过保持他们和我们观众之间的秘密，这种神秘力量(外星人)变得真实起来。仔细想想，你会发现把媒体带到外星人跟前会很糟糕。一个词语忽然闪现在我脑海中：打破第四面墙(breaking the fourth wall)。打破第四面墙是指打破舞台口把观众和演出隔离开的无形的墙。把媒体带入故事中将会在影片和观众之间竖起第四面墙。

当然这是把斯庇尔伯格和我们区别开的东西——包括沙马兰。梦工厂(DreamWorks)出品的所有影片都不会违反“别让媒体介入”这条规则，但奈特·沙马兰的《天兆》(又是这部修修补补的影片)违反了这条规则，我觉得影片效果也因而受到了影响。

梅尔·吉布森一家躲在宾夕法尼亚的农舍中，被外星人包围。首先出现麦田怪圈，然后外星人来临并企图闯入梅尔·吉布森的家中(闯进去干什么？我们不知道)，有点像《活死人之夜》(*Night of the Living Dead*)。因此在我们等待进攻时，梅尔和家人戴上帽子(天啊！这部电影……)看电视。美国有线电视台在播出外星人在世界各地登陆的新闻，甚至还有外星人闯入南美洲一个孩子的生日宴会这种吓人的片段。都很有意思，但那又怎样？这跟“梅尔·吉布森保护家人免受包围农舍的外星人侵犯”的故事有何关系？我觉得这使得他们所处的情景不那么危急：在这个问题上他们不再孤单，全世界都在

反抗外星人。如果在《ET 外星人》中把媒体引入“我们的秘密”中，那就毁了。这样会让作为观众的我从故事里跳出来。

在引入媒体这个问题上一定要慎重。除非影片讲的是媒体，或影片中有世界性的问题，使得故事中要跟踪世界各地的人物，并且不得不让他们相互了解，不然就请接受我和斯庇尔伯格的建议：

别让媒体介入。

总 结

现在你知道了这些基本规则，如果你像我一样，那么在编剧过程中也可以发掘一些其它规则。这里只是一个人经年累月看过无数电影后的部分发现而已。你突然会意识到成功在哪里，那个场景实际作用是什么，这让你觉得自己像个天才。突然你就领悟了电影编剧技巧，并且有了打开瑞士手表后盖观察齿轮如何啮合的体验。就是这样！你的顿悟。

你会觉得像是在学魔术。

一旦你发现这类小技巧，为其做个标签并不落伍。这就是救猫咪、泳池里的教皇、黑人兽医、别让媒体介入等规则出现的方式——这很关键。是的，这很有意思。这也是记忆所学知识的一种方法。当你发现自己无意中犯下错误，或跟你想打破的规则相违背时，这些简练的经验可以帮你快速进行遵循与打破规则的利弊衡量。我在创造、写作剧本的过程中犯过多少次错误呢？嗯，非常之多。但最重要的是学会节省时间的快捷方法。

剧本写作就是一而再、再而三地解决难题。在实践中进步得更快。放弃的故事越多，完成的故事大纲越多，写完的剧本越多，你就越老到。这些快捷方法肯定能帮你节省时间。

技 巧

1. 说出一个不喜欢的电影主角。影片创作者在这个问题上有没有采取措施进行处理？什么样的救猫咪技巧可以使主角受欢迎，且并不会假得让观众反感？

2. 找个泳池里的教皇的其它片例。隐藏说明信息伤害还是强化了对故事情节的理解？

3. 修复《蜘蛛侠》。先声明，你无须遵循斯坦·李漫画书中设定的故事线。你要对剧本做什么样的修改来去掉影片中的双重神秘力量？

4. 由于你可能喜欢奈特·沙马兰的《天兆》，认为我不喜欢这部电影有点离谱，请通过第一章末尾的 e-mail 地址发信给我，说说沙马兰这部影片不可推翻的理由——《天兆》这部影片如此反常以致其看起来有点像《战舰波将金号》(*Battleship Potemkin*)。但请记住，我还是坚持我的论点，仍想从影院要回我的 10 美金！

第七章 影片出了什么问题

你完成了！

恭喜你！

你采纳了我的建议，你做完了准备工作，你像专业编剧一样做了标记，最后终于写完了结尾。

不管写了 90 页还是 130 页，你成功实现了既定目标：你写完了电影剧本的第一稿。

你很了不起！

往下走之前，在你成功的光辉中暂休一会。

写完剧本使你从潜在的编剧中脱颖而出，其中的 50% 只会谈论他们的电影创意。完成这个剧本使你成功的机会大大增加。不管这是你的第一个剧本还是第 21 个剧本，都是创造力的一次胜利。你不只是写了一个剧本，在写剧本过程中你还获得了进步，每写一个剧本都会让你的写作技巧更上一层楼。

我？我独立完成与合作完成的剧本加起来已经有 75 个，其中还有电视剧剧本，当我把之前写的剧本与正在写的剧本作比较时，我能明显感受到技巧的提升。在技巧上我会坚持不懈。只要我坚持“下一个是我最好的剧本”的态度，并在写作过程中保持兴奋的状态，我就不可能失败。

再回到你身上。你完成剧本了！但即使对自己的“孩子”很骄傲，你还是要对自己的创作进行接近吹毛求疵的反省。剧本中的某个部分不大好，你明白的。或许私下里你觉得其中某个部分很拙劣。这种情况下可以先把剧本抛到一边，一个星期（如果能忍受的话还可以再长一点）之后再回来看漂亮的“小鸟”，从头看到尾，你可能突然目瞪口呆。

太糟糕了!!!

人物是扁平的！什么事都没发生，或事件进展极慢，你甚至会觉得这不是正常人写的，而是精神病患者写的。你在想什么呢？你还没真正完成呢！你甚至还没开始！你知道了可怕的事实，知道了本子写得有多烂，接下来最糟糕的，是你不愿往下走。你从狂妄的顶峰一下坠入自卑的深渊。

我是在坐过山车吗？

好了，不要担心。这种情况很平常。你还有路要走。但在攻下好莱坞标记之前，先深呼吸。还有支持这个小伙子让他再度回到狂妄状态的方法。

我能帮你找到并修复剧本中的一些难题。

其实真的没那么难。

只要老实地作出客观判断并且愿意为修复问题而努力就可以了。那么，下面是很多人经常会遇到的问题，或许对你修改剧本有所帮助。

主角主导

很多剧本初稿中常犯的一个错误是主角不活跃。这个问题不太容易判断，其它方面都没问题时尤其不易发现。你已不厌其烦地认真设计了情节，每个节拍都推动故事往前发展，但不知怎么你就忘了“通知”主角。

主角在故事中被“牵”着走，虽然及时露面，但只是为出现而出现，没有任何诱因。主角看起来动机不明，目标含糊，引导主角前进的驱动力缺失。想象一下谋杀案中警察这么演的话会是何种情形。假设该警察叫强尼·恩特罗比(Johnny Entropy)，他是个没有动机的懒汉，不能吸引注意力。强尼出现了，他做出办案的样子，但并不情愿。他从不寻找线索，只是大家把线索给他。他没有目标。他不知自己存在的理由。强尼的座右铭是：“有什么关系？反正总有一天我们都会死的。”

你的主角是不是这样？

如果是这样的话，你要进行修改，因为如果说有一件事可以肯定的话，那就是：主角必须积极主动。这是规则。如果主角不主动，那他就不能算是主角。

如果你的主角需要更多的活力,请检查一下几点:

1. 在铺垫中主角的目标是否已表现清楚? 主角的需求对你和观众来说是否显而易见? 如果不是,或者你根本不知道主角的目标,那一定要把这个目标找出来。要确保在整个故事的动作和台词中“大声宣布”主角的目标。

2. 下一步怎么走的线索是主角主动找出来的吗? 如果对主角来说太轻而易举,那就有问题了。主角不能听天由命,每一步他都要非常努力地去做。

3. 你的主角是积极的还是被动的? 如果是后者,你就有问题了。主角做的每件事都必须源于他的迫切愿望及实现目标的深度需求。如果他什么都不在意,或者明天才会有迫切愿望,那你写了个哈姆雷特——如果你是莎士比亚那是好事,如果是给范·迪塞尔写剧本那就糟了。

4. 是其他人物告诉主角该怎么做还是主角告诉其他人物? 这是一条很重要的规则:主角不问东问西。主角知道该怎么做,其他人物要围绕主角跟他要答案,不能是其它方式。如果主角台词中有很多问号,那就有问题了。主角知道答案,他从不问东问西。

我想如果以上几条中,只要符合其中一条,你现在的主角就是不活跃的。主角不活跃的剧本是没有力量的。改吧! 踢踢主角的屁股,告诉他要进入游戏状态中。来吧,展示一下领导力! 这是主角该做的。

说情节

蹩脚剧本中常见的另一个问题是“说情节”,这暴露了编剧的不成熟。人物走到画面里说“喂,要知道你是我的姐姐!”,还有“这肯定不像当年了,那时我在纽约巨人队当后卫,直到后来……我出了意外。”这类台词……很糟糕! 然而我完全理解为什么会这样。

你要解释背景故事和情节,但你不知道合适的表现方法,因此你就想到让片中人物帮你说出来。观众都讨厌这样。这是“读者必定会把剧本扔到垃圾堆”的诱因之一。

让你的汗毛竖起来的原因是不真实。谁会这样说话? 你忘记了一点:人

物不为你服务,他们只为自己服务。他们进入场景时有着自己的目标,说着自己头脑中想的事物,而不是帮你说情节。你必须以说话方法和说话内容并重的方式,来揭露人物是什么人,他们想干什么,他们有什么希望及梦想,他们害怕什么。好的对白,其潜台词(subtext)里透露给我们的信息比外在的还多。精妙的台词更好。说情节就像杀鸡用牛刀,杀伤力太大了。

这个关于拙劣台词的规则其实就是“示而不讲”,这是编剧新手经常犯错误的一个地方。对于一桩问题婚姻,通过镜头画面你可以说很多东西,如“当丈夫和妻子沿着大街行走时,丈夫眼睛离不开那个漂亮女孩”,这比用三页对话来说明他们如何走上离婚法庭要强多了。电影是用影像来讲故事的,那可以用画面表现的时候你为什么要用台词告诉我们呢?这样简洁多了!你真想让观众知道那家伙在纽约巨人队的历史吗?墙上挂着一张他瘸着脚的球队合照(这是他退出职业生涯时的照片,只要照片合适即可),然后再淡入恰当的证明书。想让我们知道两个人刚打了一场架吗?让他们谈论任何事物都可以,就是别谈打架。只要处理得好,观众一定看得明白。观众的洞察力比你想要的要强多了。

通过“示而不讲”,你为主角最佳状态留出了余地——主动,他们有自己的事情要做,而不是帮你做。

实际上,我们必须通过行为而不是台词来了解人物,电影就应该这样。跟生活中一样,我们是通过行动了解一个人的,而不是言语。在好的影片中,信息不是来自台词,而是来自故事的神韵及前进的动作。你必须快速抽出所有精彩的情节和背景故事,千万别客气。相对于故事发生前的事件而言,你应该更加关心现在发生的事件。因此当你发现自己沦落为“说情节”时,要纠正过来。当你觉得说得太多时,要注意“示而不讲”。

让坏蛋坏到家

主角主导规则的一个补充是:坏蛋必须尽可能坏。大多数情况下你的主角做了他应该做的事。他积极主动,他找出了克服障碍的方法,他会做令人惊

叹的事情——但我们印象仍不深刻。他无足轻重！他太普通，太没有英雄气概，太没用！在银幕上我们不想看到主角无足轻重，我们想看到主角是英雄！

如果看起来有这种问题的话，说不定不是主角的问题，而是你的反面主角出了问题。解决方法很简单，你只要让坏蛋坏到家即可！

这在剧本第一稿中是个常见问题。我想这是因为我们太想让主角获胜了，因而不愿让主角难以获胜。但我们不能保护主角不受危险，不受挑战。我们必须让困难稍大于主角的承受能力。让坏蛋变得更坏自然而然地会让主角更加强大。这是电影剧本写作的金科玉律之一。

想想詹姆士·邦德(James Bond)吧。让詹姆士·邦德成为超级间谍的不是各种器械，不是女孩们，也不是汽车。成就詹姆士·邦德的是金手指、布罗菲尔德等。如果《007》中反面主角只是把当地银行账目弄乱的邪恶会计，那多愚蠢啊！这种情况下怎么样会有恰当的挑战呢？突然间各种器械、汽车及魅力都派不上用场了。詹姆士只要在网上快速搜查一下就OK了，还能及时赶去喝马提尼酒。为了让他的英雄形象更伟大，他需要更强大的对手来对抗。他需要一个旗鼓相当对手。

在很多优秀的电影故事中，主角和坏蛋常常是同样争名逐利的人物的两个方面，因此他们在权力和能力上几乎一样。主角和坏蛋是同类人物的两个方面的片例有多少？想想《蝙蝠侠》(Batman, 迈克尔·基顿和杰克·尼克elsen)、《虎胆龙威》(布鲁斯·威利斯和阿尔·帕西诺)，甚至还有《风月俏佳人》(理查·基尔和杰森·亚历山大)。这些影片中主角和坏蛋难道不是同类人物的光明面和黑暗面吗？难道他们不是同个灵魂的正面和负面吗？每一位都有另一人需要的东西——甚至可能只是解答“什么造就自己”的答案。

关键在于主角和坏蛋是匹配的一对，技巧和力量方面应该差不多，但是坏蛋应该稍稍比主角强一点，因为他会不择手段地争取胜利。别忘了，从定义上讲，坏蛋已经放弃“家庭价值观”六亲不认了。这并不意味着你要让坏蛋不可战胜——那只是个看似不可能的挑战罢了。因此如果你的主角和坏蛋力量不均衡，调整一下，但坏蛋要占有优势。通过展示坏蛋的力量和不败地位，主角必须做更多让我们崇拜的事。让坏蛋能力刚好比主角强点，这样主角击败坏蛋时就可以抬高主角。

转折,转折,再转折

这是我写在便笺上的另一个口号。这个口号在我桌子上已经贴了 20 年了。这是我听到的第一条电影剧本写作的格言,我实在想不起来是谁告诉我的了。

但这个匿名顾问自此以后就引导着我。

转折,转折,再转折的基本规则是:情节不能只是一直往前,发展过程中要螺旋形上升。这是速度(等速)和加速度(速度增加)之间的区别。说明白点:情节只是往前发展是不够的,必须加快前进速度,加大复杂程度,然后达到高潮。

如果你的剧本中有事件发生,但很无趣,那你只有追逐。他们到这里来,他们到那里去,但追逐中根本没有激起观众的热情。我们只是看到事件发生,但没有什么感人或吸引人的地方。

这也相当糟糕。

让我们以迈克·梅耶斯的《帽子里的猫》(*The Cat in the Hat*)为例,这是一部热闹又忙乱的电影。除了这是不恰当的孩童电影之外,还是材料过多的典型片例!到处堆满了事件……实际上却没有任何事情发生。该片是没有前进动作的“眼睛的巧克力”,也是没有赏金的追逐。他们跑到这里,又跑到那里,但我不买账,我不知道为什么要看这部电影。这部电影证明了你可以塞进很多动作,却仍然没有故事。影片前进了,但没有转折,转折,再转折。

随着情节展开,应该揭示出更多关于人物及动作含义的东西。到最后,你作为情节的作者,必须表现出情节发展过程中如何影响人物。你必须表现人物的缺点、揭示背叛行为、表现质疑、表现主角的恐惧,还有对主角的威胁。你必须揭露潜在的力量、未利用的资源,还有主角不了解的坏蛋的阴暗动机。展示情节“钻石”的各个方面,使其折射出的光芒惊艳观众。这颗“情节钻石”不能直不楞登地穿越银幕,它必须转折,转折,再转折,这样才能真正让人目眩神迷。把各个方面都展示给我们,让我们看看各种细节。

对于情节的推进速度也一样。当坏蛋对主角的控制越来越紧,事件发生的速度越来越快,强大的掌控力量施加在主角身上的外在压力,最终将会引发第三幕高潮处的爆炸,同时伴随情绪能量的宣泄。如果重点转折开始往结局发展时,你没有感到情节加速发展,剧本就有问题了。

转折,转折,再转折这条规则提醒我们推动情节前进时让情节加速发展,并积极地揭示一切。同时还告诉我们要让情节有更多的动态变化,不要迟钝。

因此如果感觉剧本情节有点停滞或沉闷,那就换个角度试试看。要让情节发展加速,而不仅仅是勇往直前。要转折,转折再,转折。

情绪色环

当人们说看好电影“就像坐过山车”时,意思是观众随着故事情节的展开,情绪会跟着跌宕起伏。你会笑,你会哭,你会激动,你会害怕,你还会觉得失望、生气、沮丧、焦虑,最终还会有惊险的胜利。当影片结束走出电影院时,观众的情绪几乎被榨干了。

哇! 这影片太牛了!

不论是喜剧还是正剧,挤出观众情绪是电影游戏的名字。让影片成为情感体验,调动所有的情绪,就这么回事! 想想原因。我们去看电影不只为逃避现实,或是从中吸取些生活经验,还为了在梦境状态体验安全环境中再现的生活及生活中的情绪。就像好梦一样,我们必须活在电影中,着魔似的跟着主角东奔西跑,在爱情场面抓住枕头,在惊险的影片高潮藏在隐秘处,这样从梦幻中苏醒过来时,精疲力尽但很充实,被挤干但很满足。

你的影片中不具备这些会怎样? 只有单调的情绪会怎样? 如果喜剧片从头到尾都很滑稽,会有什么问题? 如果正剧从头到尾都很紧张会怎样?

好吧,来看看两位我以前从没想过会引用的电影制作人:法拉利(Farrelly)兄弟。他们编剧并导演了一些喜剧片如《我为玛丽狂》(*Something About Mary*)、《庸人哈尔》(*Shallow Hal*)还有《贴身兄弟》(*Stuck On You*)等,这些影片都因有趣且粗俗而知名。但如果你觉得这些影片只是滑稽而已,那你就

错了。这两个家伙在情绪掌控上很成功。在每部影片中都有极为恐惧的场面、高度渴望的场面、性欲场面、人性缺点的场面。他们的电影之所以成功，是因为他们利用了情绪色环上的每一种色彩。绝不仅仅是单调的情绪。

你也能这样做。

如果剧本情绪单调，返回去把情绪色环中的颜色都用上。性欲场面在哪里？沮丧场面在哪里？惊恐场面在哪里？如果没有的话，拿掉一个单纯滑稽或单纯戏剧性的场面，代之以缺失的颜色。一个好方法：真的为每种缺失的情绪选一种颜色，然后返回去为特定场面贴上标签，方便情绪基调之间的变换。选出那些场景，使用同样的动作、同样的+/-，同样的冲突和结果，但用欲望替代笑料、妒忌替代精疲力竭的戏剧性冲突。通过情绪变换，你将为观众创造更有价值的体验。

不相信吗？看看法拉利兄弟的影片吧。

“你好吗我很好”

沉闷的台词在好片里也会出现。但如果剧本中都是没有生气的“快速应答”的话，是不会被拍成电影的。当你发现自己读了一页又一页这种“没用”的台词，你就麻烦了。

你很无聊！

这很……糟糕！绝对的。

“你好吗我很好”表现了台词的无聊乏味程度，这很浪费空间。无聊台词任何人都能说。如果剧本中都是台词，如果完全照搬现实生活，如果只是有点道理但不鲜明，那么你的努力还不够，你要让人物活过来。因为假如台词很无聊，说台词的人物也会很无聊。

有魅力的人物说话方式跟你我不同。即使是最平淡的事物，他们也有自己独特的说话方式，这使得他们高于常人。人物的台词是你揭示人物的机会，人物说话方式透露的信息跟人物说的内容一样多。人物的说话方式是个性，能够突显各色人物的前史、内心阴暗面及其前程。

人物每次说话都是你的表现机会。

如果你觉得台词不无聊,用我从迈克·契达那儿学来的小技巧试下就知道了。在看过我的早期剧本后,他告诉我:“你的人物说话怎么千篇一律啊!”当时我觉得有点屈辱,有点生气。当时我还是个愣头青,我不相信迈克·契达。他知道什么啊?!

于是迈克让我做了个简单的“劣质台词检测”:拿一页剧本,盖住说话者的名字,然后来来回回读若干人物的台词。在不看名字的前提下,你能分辨出说话者是谁吗?在巴里·恩莱特迈克的办公室里第一次检测时,我傻眼了。妈的,他是对的。我一个人物都分辨不出,然后我在那儿总结出了点别的东西:所有人物的语气都跟我一样!!在优秀的剧本中,每个人物说话的方式都不一样。即使是最平淡的“你好吗我很好”之类的聊天,每个人物也必须要有自己独特的说话方式。

在这点上我最佳的经验来自于剧本《大丑孩》(*Big, Ugly Baby*),一个外国人出生时互换的喜剧。我给每个人物设定了语言特点。一个是结巴的,一个乱用词语,一个精通萨特存在主义的移民,还有一对外国人夫妇(我最喜欢的人物)老是叫喊。还有个重要的地方是,他们说的每句话里面至少有一个词用黑体来强调。虽然你写剧本时不需要这么极端,但这个练习让我知道怎样使人物更加丰富充实。(还有,大声朗读时更有乐趣。)我学到了即使是“你好吗我很好”这种最平淡的台词,也可将其放大,来揭示每个人物的个性,并使剧本读得更舒畅。

后 退

我刚刚经历了10个月的剧本修改。我和搭档谢尔登写了个“金羊毛”型的剧本,总共写了7稿才最后完成。之所以花了这么长的时间,原因之一是犯了一个基本的错误。我们违背了“后退”的规则。任何人都可能犯错——包括专业人士。

第四章提到过,我们的故事是一个小伙子被赶出军校并遣送回家,只是父

母搬走了但没通知他。因此主角上路了,经历了很多奇遇,他和人们相互影响并帮助他们,因为他是个会让鲜花绽放的小伙子,所到之处人们的生活都会改变。我们的错误在于创造人物的方式(一个乐于助人的小伙子)使他没有进步的空间了。我们的主角已经变好了。他不需要这个旅程。剧本开头和结尾他都是一样的。这个问题的修改,一稿又一稿,花了无数的时间。每一稿都让他情绪上往后退,这样旅程才有意义。好吧,步子迈大一点,我们让他回到起点!看起来容易,但做到一半时,我们想不出方法。当时我们想不出需要做的是让主角尽可能后退,这样故事才可以讲他的成长。不管你信不信,这类错误时刻都在上演。

我们当中很多人都知道结尾主角会怎么样,但不想让他们经历成长的折磨,因此为他们免除了痛苦。就像抚养小孩一样,你不能那样做。这些人物必须历经碰壁才能成长,不管我们喜不喜欢,必须放开他们。在我们的例子中,谢尔登和我很喜欢主角,希望他最终是乐观、积极并且特殊的——但我们不想看到他经过努力达到那种境界。那样就有点像做测验题时没有努力就去看书后面的答案。我们很想让他达到那种状态,忘记了达到那种状态的过程才是故事。表现旅程中的坎坷会带来丰厚的回报。

让你的人物都后退。为了表现故事中每个人的成长和变化,必须让所有人回到起点。不要把末尾的结果抓得太紧,要知道得到结果的过程充满乐趣。我们想看到得到结果的过程。每个人都想看。

这只是影片必须表现所有事物的一个例子:所有变化,所有成长,主角旅程中的所有情节。尽可能退回去,弓弦拉得越后,箭飞得越有力量、越远、越好。后退规则的道理是一样的。

如果你觉得故事或某个人物没有表现出全部过程……后退一步,把整个过程都展示出来。我们想看。

瘸腿和眼罩

有时剧本基本完成了,主角和坏蛋都很不错,情节很有爆发力,在中点后

逐渐加强，每个人的台词也都很贴切。一切都很理想，但有个小问题：好像次要人物太多了，很难都区分开来。审稿人员会把这些家伙搞混的。这让你很烦！难道不明显吗？！

情况就是，你没有给每个对故事至关重要的人物分配衣帽钩。而且经常以这种方式为借口：“这样，选演员的时候他们会处理的！”我有一句忠告：如果审稿人员看不到人物，你就看不到选演员的过程。但这儿有一个简便的解决方法：

确保每个人都“瘸腿并戴个眼罩”。

每个人物都必须有独特的说话方式，但还要有些让审稿人员过目难忘的东西。审稿人员必须有视觉提示，通常是形象的提醒物——这样记住某个人物会更容易些。要给人物加上让人过目难忘的特征，使用瘸腿和眼罩的方法看起来有点傻，但很有效——如果你记得用这个方法的话。

通常你只要有个读者就可以确定是否达到目标了。我有个瘸腿和眼罩的经典片例，这个片例表明了这个简单工具的效果。谢尔登和我曾写过《十分贱女孩》的剧本。男主角这个人物，喜欢女主角并且每次出现都像个“真理的代言人”，让女主角走正方向并遵从他的道德指南针。他是个有趣的孩子，成熟得超出了他的年龄，这类人物应该是品格优秀的成年人，但现在对他来说有点“聪明过了头”。他对情节至关重要，但读剧本时却不能给人深刻的印象。我们的经理人安迪·科恩，读了一稿又一稿，总卡在这个孩子上。他是谁？是的，他有重要的功能，但他有趣在哪里？我们改台词，让他更滑稽点、更机灵点，但还是得到同样的意见。

最后，谢尔登想出了聪明的解决办法。当男孩首次出现时，我们让他身穿黑T恤，下巴上留了一小撮胡子。这是很贴切的装扮，表现了他既渴望新潮，但内心越有点成熟，跟外表不太一致。他每次出现时我们都会参考这一条。我们再把剧本交给安迪，他打电话给我们说他不知道改了些什么，但男孩这个人物他记住了。男孩跳离了纸面印在了他的脑海里。我们只改动了一点点，还是男孩这个人物，只是让他瘸腿并戴上了眼罩。

一切就不一样了。

这是“投机取巧”还是“锦囊妙计”？都不是，这只是电影编剧技巧，是个任务。因此，在遇到一个或若干个无法辨认的人物时，试试我现在常挂在嘴边的

方法：

这个家伙应该瘸腿并带上眼罩。

原始吗？

本书中自始至终使用了“原始”这个词。对我来说这是块剧本创作和修改的试金石。“原始吗？”是每个剧本写作中我从头问到尾的问题，让剧本更原始是电影游戏的名字。问“原始吗？”或“原始人看得懂吗？”其实就是问你是否在本能层面上与观众联系起来。你的情节是否有和生存、饥饿、性、保护爱人或死亡恐惧之类的原始驱动力链接起来？影片中任何人的目标其根源必定是某些本能，即使表面上看起来不像。通过让人物的驱动力更原始，你不但可以把所有发生的事件都建立在本能的基础上，还可以把剧本卖给世界各地的人。

仔细想想吧。

所有中国人都能看明白爱情故事。所有南美洲人都能看明白《大白鲨》或《异形》的故事，因为“别被吃掉”是原始的——即使没有台词。

但这条规则还能用来修改剧本中有问题的次要人物或次要情节(subplot)。这些人物是否有原始驱动力？另一种说法是：这些人物的行为像是正常的人类吗？本质上，一定是的。不然你碰到的就不是原始驱动力的问题。

有人觉得这个说法有点过了，看看下面：股票经纪人操纵国际债务市场。好吧。很有意思。但究其本质，不管情节怎样，让每个人的愿望更原始，情节就会建立在每个人都能理解的事实上一——突然间，这不是股票经纪人的故事，而是那家伙试图生存下去的故事。

下面是几部热片故事线里的原始驱动力：

- 拯救家庭的愿望(《虎胆龙威》)；
- 保护家园的愿望(《小鬼当家》)；
- 寻找伙伴的愿望(《西雅图夜未眠》(*Sleepless in Seattle*))；
- 正义复仇的愿望(《角斗士》)；
- 生存的愿望(《泰坦尼克号》)。

每一个都基于原始需求,或许看成生物学需求(原始指令)会更好。赢得抽奖的愿望,实际上是获得更多食物、更多女人、更多孩子及随意生殖的愿望。复仇的愿望,实际上是去掉竞争性 DNA 载体并推进自身 DNA 的愿望。寻找父母或孩子的愿望,实际上是支持并保护现存 DNA 生存下去的愿望。

或许你会想我那个故事其实更“高雅”些。不会的。本质上讲影片讲的必须是能在原始人层次上引起共鸣的东西。

总而言之,有疑问时,问一下:“原始吗?”

总 结

现在你知道了如何用上述规则来检查剧本。如果觉得剧本沉闷或读者反馈不太认同,那剧本就有问题了,可以用以下 7 条简便方法来帮你找到弱点。

然后进行修改。

问问这些问题,看有没有打破规则。测试:

1. 主角引领动作了吗? 在游戏的每个阶段他是不是积极的? 是不是因某个愿望或目标激发起来的?

2. 人物“说情节”了吗? 我是在透过人物长篇大论呢,还是通过剧本中的动作来展示?

3. 坏蛋足够坏了吗? 他有没有为主角带来合适的挑战? 他们都适合这部影片吗?

4. 中点之后情节有没有提速? 强度有没有增加? 在第三幕结尾时主角和坏蛋是不是有更多的东西揭示出来?

5. 剧本情绪是否单调? 是纯正剧吗? 还是纯喜剧? 纯悲剧、全都是挫折? 是否感觉缺乏所需的情绪中断?

6. 台词乏味吗? 在经过“烂台词检测”后每个人的说话方式还一样吗? 我是否能够只通过人物的说话方式来辨别人物?

7. 次要人物之间有没有区别,能否通过外表轻松地记住他们的区别? 每

个次要人物的言谈举止、外貌是否都独一无二？

8. 主角旅程的起点是否尽可能往后退了？故事中是否看到主角情感成长的整个历程了？

9. 原始吗？人物本质上是由原始愿望——被爱、生存、保护家庭、复仇等激发的吗？

现在如果出现以上挑剔的问题，你应该知道怎么做了。你有工具，可以回去修改。但你会去修改吗？这是要害。我建议有疑问就该修改。一般来讲如果你以及最初一批读者能看出剧本中的问题，其他人也都能看出来。别偷懒！不要说“嘿，别人看不出来”，他们肯定能看出来。现在最好机灵点，在剧本放到史蒂芬·斯庇尔伯格办公桌上之前把错误修改掉。

人家首次阅读你的剧本你就要一举命中。试试把自己和自己的工作穿插到爱情故事中（上帝知道我已经自恋一千次了!!），完成该做的工作。这是划分专业人员和业余爱好者的界线——那个挑剔的声音说：“很烂！”这个成熟的、专业的声音马上回应：“我知道怎么修改！”

技 巧

1. 在你喜欢的影片类型列表里，选一个比较差的，看看影片是否违背了规则？试试能否改进。

2. 从喜欢的影片类型列表里另选一部影片，检查其主角和坏蛋之间的关系。想象一下如果把把这个关系搞乱，减弱坏蛋的力量或将其普通化，那会怎样？这个简单的变化是否也让主角变得无趣呢？

3. 试着在现实生活中“说情节”。真的。在聚会上或和朋友们在一起时说“我确信作为生于芝加哥的电影编剧我很高兴！”或“哎呀，自中学相遇以来你成为我朋友已经 20 年了”。看看这类对白会得到什么样的反应。

第八章 结尾淡出

现在,这段电影剧本写作之旅即将结束。我们讨论了很多相关的话题,在我写这本书时,还在写自己的剧本,期间好莱坞发生了很多事:

- 众多续集影片获得了令人感慨的成功;
- 很多预售作品获得成功,但有些胎死腹中;
- 首周全面上映的策略(3000家以上的影院),即使第二周下跌70%或80%,影片发行仍能收回影片的大部分投资,使得这种策略得以延续;
- 家庭题材影片反响比其它任何类型都好,这是个不大好意思谈的真理(拍了父母指导观看的影片(PG),在鸡尾酒会上很难装酷)。

简言之,很有意思,这是个繁荣的黄金时期。你要知道的最重要的事情是,电影仍然是个高赢利的行业,有投资新人才的充分理由。因此,下面有两个跟你的电影编剧生涯相关的消息,一个好消息,一个坏消息。

好消息是:影片公司有钱买你的剧本。预售剧本领域缺乏一流的作品说明他们需要你的加入。他们比以往任何时候更需要原创的点子。因此买你的剧本是有可能的。

坏消息是:他们会把所有成功都归于自己。精明的市场调研、更好的财务制度、影片创作过程的严格控制——女士们、先生们,他们就是这么干的。上帝爱他们!影片公司总裁们老是祈祷明天太阳会升起,每个黎明太阳升起时他们觉得这是他们祈祷的结果。

但这应该阻止不了你。如果你从本书中有所收获,那应该是与以往相比,更加把剧本当做“商业行为”来做。如果你的剧本很有创造性,也可以卖给好莱坞。如果成功了,那你的前景就非常光明。有吸引力的故事线、杀手级的片名会让人注意到你。结构合理的剧本会让你沉浸在这个游戏中,知道修改剧

本的方法会让你有份工作。掌握了本书所描述的剧本写作要求,你就可以赢得这场游戏。

但我们要超越自我吗?

你或许会问,如何入门呢?

抱负与机遇

在第一课结束之前,总是有人问我对每个编剧来说都极为迫切的问题:

“该怎么找经纪人?”

如果我告诉你纯粹靠运气你相信吗?如果我跟你说别担心时间到了自然会有话,你会不会觉得我有点疯了?或许不会。但那可能是因为我非常喜欢谈如何推销自己这个话题。我很喜欢推销自己的剧本,同时也喜欢推销自己。我不怕拿起电话约上某人去参加聚会,实际上第二天我会给聚会上认识的朋友们打电话(如果他们给我名片的话)或者哄朋友们把我介绍给愿意结识我的人。

我觉得我有些东西可以拿出来聊聊。我热爱这个行业,我喜欢结识这个行业里的人。我想可能发生的最坏情况只是别人拒绝我而已。

关于我找到第一个经纪人,我有两个故事。一个是抱负,一个是机遇。

我鼓足勇气找到我的第一个经纪人。我和朋友们为电视试播节目《空白秀》(*The Blank Show*)写剧本并摄制节目。这种滑稽的仿拍作品当时还是有线电视中的新事物,我们只用了极少的资金,摄制完成之后我们也不知道该怎么办。我志愿去推销这个节目。我来到洛杉矶,投给公共电视频道,获得了某天某时播出的承诺。然后我在西部(我觉得那是制片人们居住的地方)呆了几个星期,告诉飞行员们节目播出的日期和时间。终于某个周一上午,即兴公司老板布德·弗里德曼(Budd Friedman)的制片伙伴给我打了个电话。他喜欢我们的节目,问我们是否愿意加盟。我安排我的那帮伙伴们来到洛杉矶和布德(他安排了时间和地点)会谈。一点幸运再加一点抱负让人们注意到了我们。虽然我们的喜剧剧团最终散掉了,但我和布德·弗里德曼的友谊一直延

续到了今天。

这是“努力”能够做到的，因此你应该不懈努力。下面是机遇发挥作用的地方。

我的下一个经纪人，我最好的经纪人，是在更偶然的环境下遇到的。在作为情景喜剧(sitcom)《NBC 专属教师》(*Teachers Only at NBC*)的制片助理(production assistant)的间歇，我决定回到圣塔·芭芭拉的家度周末。即使开车很累，我也不想休息。我决定到当地俱乐部喝点小酒并希望能认识些女孩子。我遇到了一个女孩并一见钟情，后来她成为了我的女朋友。不，她不是经纪人。但她的好朋友想当经纪人。我跟她也合得来。当她成为编剧 & 艺术公司经纪人时，她希望我成为首批客户之一。我马上答应了。这就是我成为希拉里·韦恩客户的过程。只因为我停下车在酒吧喝了点小酒。

我和希拉里建立了良好的关系。她是我最好的经纪人。她为我做了大量的工作，理解我的写作方法及概念表达的能力，为我的职业生涯奠定了基础。虽然她对于这个游戏来说还是新人，但她的才能不只是推销剧本，她能给剧本及编剧找到市场定位。希拉里知道如何规划职业生涯，而且从零开始规划了我的职业生涯。当好莱坞历史上“专业剧本为王”时，我们的观点一致。那是电影公司领导会竭力从其它公司抢剧本处女作的时代。他们会把价格飙到100万美金以上。希拉里是开设这些竞拍活动的大师，她让电影公司执行官相互竞争，策划第二天能上《综艺》报纸头条的剧本竞拍。

我发现希拉里不只是个经纪人，而且还是个专业伙伴。之所以和她这么合拍是因为我和她合拍，我们都渴望成功，并找到尊重市场、把市场需求落到实处的方法。我们喝完茶，我回去创造产品，她来卖产品。就这样我们的剧本卖了几百万美金。希拉里1998年离世，不然我依然会和她共事。我常常想如果她还在的话今天业务会怎样。环境变了，剧本热已风光不再，但好莱坞依然需要好的点子和好的编剧。不管你如何在迷宫中找到出路，你都要有勇气。你要找到自己的希拉里·韦恩，因为你不可能自己单打独斗，独木不成林嘛。

这是我要跟你说的自己的故事，还有人可能要问如果我从头再来，或我想找新的经纪人并从零开始推销自己，我会怎么办？我很幸运——我不介意推开电脑走出去与人交往。不是所有人都这样的。作为编剧可能有人不大愿意与他人接触、有点内向及善于反省。但如果你想卖掉你的剧本，你就必须卖掉

你自己——我是以非常健康和正面的态度来说这句话的。如果你真对这个行业感兴趣的话,就不能笨嘴笨舌。如果你找到了这个游戏中的搭档——你能像他们帮助你那样帮他们,那就是互利的。

这是我的一贯态度。

因此,或许我能在你脑海里植入些正面的想象,你可以采纳一些。要成为有才华的编剧,写出最完美的剧本,只是你实现目标所需的一小部分。你要走出工作室与人交往。你要穿上整洁的衬衫,铮亮的鞋子,面带微笑。

为这个领域做准备

跟任何结尾圆满、情节生动的故事一样,你必须做好计划,然后按部就班地实施计划。

下面是一些要准备的东西。

要把自己“准备好”,你是有若干剧本储备的电影编剧,可以根据剧本销售情况及时调整,迷恋电影并喜欢和电影制作人打交道。

要准备好产品——你最好的剧本,还要做几次试销(即使他们是为已完成的剧本而来的),如果你采纳了第一章中的建议,你的故事线和片名是杀手级的——就可以往下进行了。

对下一需求有大致的想法:能帮你出售剧本的经纪人;会买你剧本或成为你搭档的制片人,他可以帮你立项、销售并拍成影片。

如果你没有这个清单,那就做一个:

- 到因特网上进入《好莱坞创意手册》(*Hollywood Creative Directory*) (网址: www.hcdonline.com);如果你愿意支付 50 美金左右,就可以买到。看看那玩意儿,了解一下。你可以从制片公司、联系人、电影编剧及有同类型影片的制片人开始。

- 同样,找一份《HCD 经纪人》(*HCD Talent Agency*)手册,做一个类似的清单。包括大型和小型经纪公司的经纪人,关键看他们是否跟你一样喜欢同类的影片。

现在,你必须要机灵点了。

备受煎熬的首次联系

你可以通过信件联系任何人,你可以在“受害者”门前露营,你可以摄制《空白秀》(*The Blank Show*)投到洛杉矶公共电视网然后等电话,但不论采用何种方法,过程如何缓慢,你终将把自己和作品介绍给“他们”。在我看来,首先扯上关系是关键。建立个人关系,让他们认识你、了解你是介绍作品的最佳方法。我的天才经理人希拉里总是说:“每桩剧本交易都有个故事。”这句话应该做成牌匾的。你就是故事。但怎样向清单中的那些人讲你的故事呢?

- 见面讲比电话讲要好……
- 电话讲比书信讲要好……
- 书信讲比 Email 讲要好……
- 我通常会删掉电脑上来自陌生人的 Email,除非事先有人告知有 Email 过来或者对我有用。

关键是不要太考虑眼前目标,多考虑长期目标。你一定需要经纪人,就现在!但你也要建立声望。如果你有幸成为专家,若干年内你将跟这些人反复打交道。因此不要烧掉任何一座桥,或者至少不要把桥都烧光。要细心,要体贴,要乐于助人,要乐观。

但要继续去拜访,去露脸。

看看跟聊过的人是否合拍。他们的需求是什么?怎么样能跟他们交往得顺畅点?跟你交流时,从你那里得到什么他们才觉得时间花得值?

这里有一条金科玉律:当你想完成一宗交易时,有经纪人会容易得多。如果有人已经跟你买过东西,你再推销自己会容易得多。这就是我为什么总是建议如果有合法单位要买你的剧本,即使钱比较少,而这又是你的唯一选择,那就不要放过。我难以形容卖出第一个剧本的意义。有剧本卖出去并正在拍摄,不管钱多钱少,都可以告诉其他人你毫不担心。这也给了你交往新朋友时的话题。

那么现在你知道了自己卖的是什么、想卖给谁。但如何使你的提案与众不同？你如何才能抓住老是收到提案的影片公司主管的眼球？如果我告诉你剧本只是再三改变怪人直至发生变化，你是否会害怕？

因为事实就是这样。

继续改变怪人。任何进展都是一个巨大的飞跃。当你不能马上拥有经纪人或马上卖出剧本时，每次写咨询函、打电话或跟人喝咖啡，你都会有所进步。下面是推销自己方面取得进步的几个标志：

- 经纪人或制片人说你的剧本不适合他，但给他留下了印象，以后可以合作。

- 你跟自己喜欢的经纪人或制片人聊天了，小伙子，这就是进步的标志。但你对他有感觉和他对你有感觉是一样重要的。你已确定进一步沟通的人选，即使现在还毫无头绪。

- 你已经从 50 个人的名单中遴选出 3 个人选。其他 47 个人也要打一遍电话。每一个“No”都往“Yes”靠近了一步。你快速做完了这项工作，“Yes”在那里向你招手。

- 你可能会获得推荐。你联系过的每一个人，如果他说了“No”，你都要问一个问题：“有没有其他能提供我工作的人可以推荐？”推荐是很珍贵的^①，我认识的人都愿意帮助我。不管信或不信，人们总是愿意帮助你成功的。

网 络

当经纪人和制片人路线走不通时，还能从别的什么途径获得帮助吗？那就是你认识的人。那你怎么出去认识一些相关人员呢？可以试试以下途径——不需要经纪人的途径：

- 电影节——参加你所在城市或距离不远的电影节。去参加电影节，去

^① 我就是这样被聘为国家广播公司助理的。我贸然给制片人打电话，希望获得一份工作。我跟他见了面，但他没有合适的职位给我，但见面过程感觉挺好，于是他给在国家广播公司的朋友打了个电话，给了我一个面试的机会。这个制片人自己也曾当过助理。

拿些名片,作剧本陈述,听别人作剧本陈述。接触就是门路,每个你接触的人都认识另外 30 个人。电影节后还继续保持联络并请对方帮忙推荐。想想你能怎样回报,对于他们的项目能帮上什么忙。

- 研修班——到其他编剧去的地方,还要到雄心勃勃的制片人去的地方。离我较近的加州大学洛杉矶分校(UCLA)每学期都有制片人的研修班——这是编剧们认识下一波制片人的绝佳场所。你所在城市的大学可能也会有类似的研修班。

- 编剧协会——网上有很多编剧协会,也可能当地就有编剧协会。我隶属于其中最好的一个——一些聪明的小编剧们称之为电影编剧之家(The Screenplayers, www.screenplayers.net)。这里是编剧们共享资源互相帮助的地方。如果协会设置合理的话,其中一人会是喜剧片专家,另一人是恐怖片专家,等等。或许协会中有人认识制片人,帮不了他却帮得了你。如果你不了解任何协会,网上查查或者干脆自己组建一个。

- 自己成为专家——你很喜欢电影,嗯,还是写影评吧。在当地的报纸上或网上发表影评。罗德·拉里(Rod Lurie)的导演兼编剧职业就是这样开始的。弗朗索瓦·特吕弗(Francois Truffaut)也一样。某人发现这两个家伙了解所谈论的影片,于是给了他们拍电影的机会。成为评论家后,他们有了一个露脸的平台。时机来临资金送上门来时,他们的剧本和项目已经准备好了。

- 到洛杉矶来——一个星期,或一辈子。美国电影工业就在洛杉矶,你还呆在迪比克干嘛。如果我从头再来,我会到洛杉矶找份工作,任何工作,当然最好是剧本审稿。我会看尽可能多的剧本,建立尽可能多的联系,同时自己也写剧本。如果我只能抽出一个星期的时间,我会参加尽可能多的制片人会议,参加尽可能多美国电影演员工会(SAG)、美国电影导演工会(DGA)、美国电影编剧工会举办的行业聚会。另外我会准备好我的简历、名片、剧本样本、剧本论证(treatment),还有我的照片,这样方便他们记住我的样子。你还等什么呢?

- 个人网站——虽然我还没有试过这条路,但尝试一下建立介绍自己的网站又有何不可呢? 放上自己的照片和简历。列出筹划中的剧本、剧本论证,传上可供下载的若干页剧本,甚至可以把和对方交易剧本的细节放上去(当然要获得对方的允许)。个人网站是很好的自荐信,应该把网址印到名片上。你

想知道我是谁吗？请看我的个人网站。

别闷在家里做……

知道做什么和知道不能做什么一样重要。下面是有人推荐但我觉得毫无益处的一些事情。记住，推销自己的关键是跟人打交道——如果可能尽量面对面，因此我觉得下面这些有点像无用功：

- 剧本大赛——可能会因此受到批评，但我不得不说：我觉得剧本大赛实在是浪费时间。剧本大赛时间会拖得很晚，很多编剧像是为了这个结果而生，等电话或邮件等得要死要活，期望能够进入前10%。对这类活动我只有一个字：停！对于有正事的经纪人和制片人而言结果毫无意义。如果你喜欢竞赛，那没问题，但对我来讲，那只是个回音室。参加这些竞赛他们会给你资金吗？会为你建立一流的剧组吗？不会！！我没见过剧本大赛中的任何剧本被拍成“汤姆·克鲁斯的电影”，你见过吗？我们的目标是要把剧本卖给像他这样的当红影星。我们的目标一致吗？很好！

另一方面……一些剧本大赛主办方部分专家是为大电影公司工作的。这些专家可以带来有价值的学习机会和关系网络。如果你非得参加剧本大赛，你首先要做足功课：仔细阅读，提出问题，找到那些有高水平专家作为组委会成员的比赛。如果没有高水平专家参与，那你也不应该参与。

- 无用的编剧伎俩——可能自认很聪明，但有时我们会聪明过了头。我们是富有创造性的人群，觉得其他人能理解并实现——但他们或许不行。特技不行。蹩脚的噱头不行。还有一些其他“不行”：把自己装箱寄给威廉·莫里斯(William Morris)，不行；在《综艺》上占用一整页广告，放上照片、电话及口号“为面包写剧本”，不行；把最喜欢的电影明星的照片剪下来，与自己的照片粘一块，亲笔写上“我们应该一起合作”然后寄给他，不行；不论你干什么，千万不要以从洛杉矶的“好莱坞标志”跳下来威胁人家看你的剧本。有人抢先了，宝贝，有人这么干过了。

一些剧本陈述的成败案例

如果不拿出一些推销自己和剧本的亲身经验的话,那就有点打马虎眼了。下面的剧本陈述有些成功了,有些失败了。我试过各种方法。恰当地利用这些方法,风险请自担。

在“专业剧本陈述”方面,我有些不错的故事可以告诉你,包括某个剧本推销会上的辉煌成功——制片人大卫·普马特让我和老朋友、编剧搭档、超滑稽的崔西·杰克逊,第二天飞到纽约向霍华德·斯特恩(Howard Stern)作剧本陈述。你听过精彩的报告。有些制片人和编剧更擅长做报告,他们成功的机会更大,了解一下当然有意思。制片人大卫·科斯纳(代表作《超市特工》(Chucky)、《美国鼠潭》(An American Tail)等)是最擅长作报告者之一。大卫把他的个人作品和剧本陈述结合起来,在顶级电影公司着着实实地演了一场戏。当时大卫拥有50年代电视剧《天才小麻烦》(Leave it to Beaver)的版权,他到环球公司推销电影剧本,同时带了一个让人意外的客人。在大卫做剧本陈述期间,传来了敲门声,芭芭拉·比林斯利(Barbara Billingsley),原版的克里弗夫人进来给公司主管们端上牛奶和点心。大卫的这个剧本陈述一击即中。

成交!

大卫到迪斯尼公司推销贝蒂·米得勒(Bette Midler)的影片《女巫也疯狂》(Hocus Pocus)时,为渲染气氛,他让女演员装扮成女巫,做了个恐怖的、颇具效果的女巫聚会。在这种氛围下,大卫开始了剧本陈述。在他讲演完毕,迪斯尼的高层被征服了。

成交!

也许今天的故事线之王是制片人鲍勃·克斯伯格(Bob Kosberg),他有上千次的剧本陈述。每个月他都会有一两桩剧本交易。他很神奇。他和编剧合作,或用自己的创意或两个人的创意,他总比业内其他人更能把创意概念化,并以光速找出败笔并修改。每次他走到房间里,就会有新的点子可以推销。

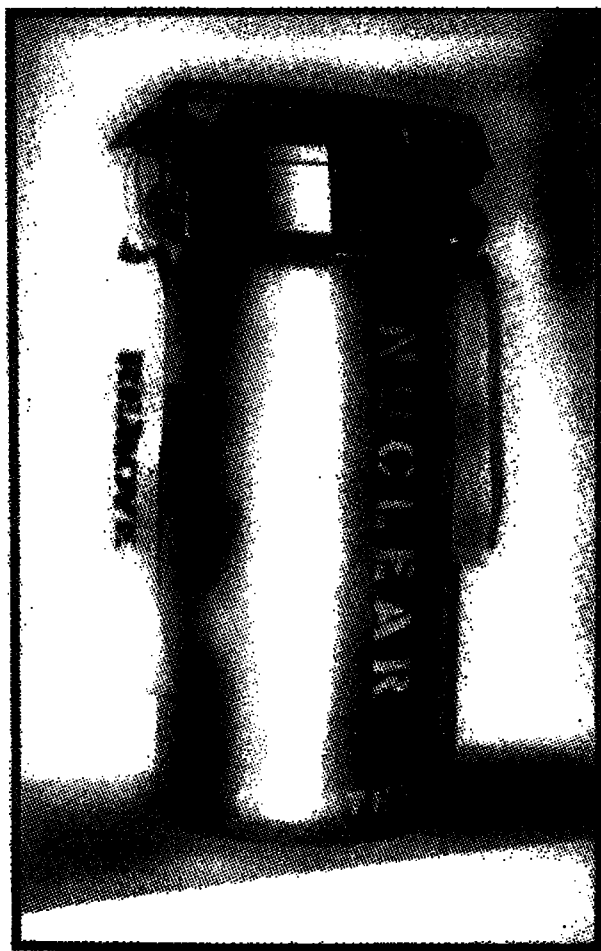
成交!

我也做过专业剧本陈述。我记得最清楚的是一次滑稽的失败。我和第一个搭档霍华德·博根斯有个电影创意，取名为《校园大女孩》(*Big Girl On Campus*)，主要是讲妓女回去上大学。霍华德志愿装扮成女孩来做剧本陈述，他化了浓妆，配齐一身行头，就是想给可能通过的剧本助一把力。虽然霍华德穿着连衣裙看起来不错，但剧本还是没有卖掉。

失败！

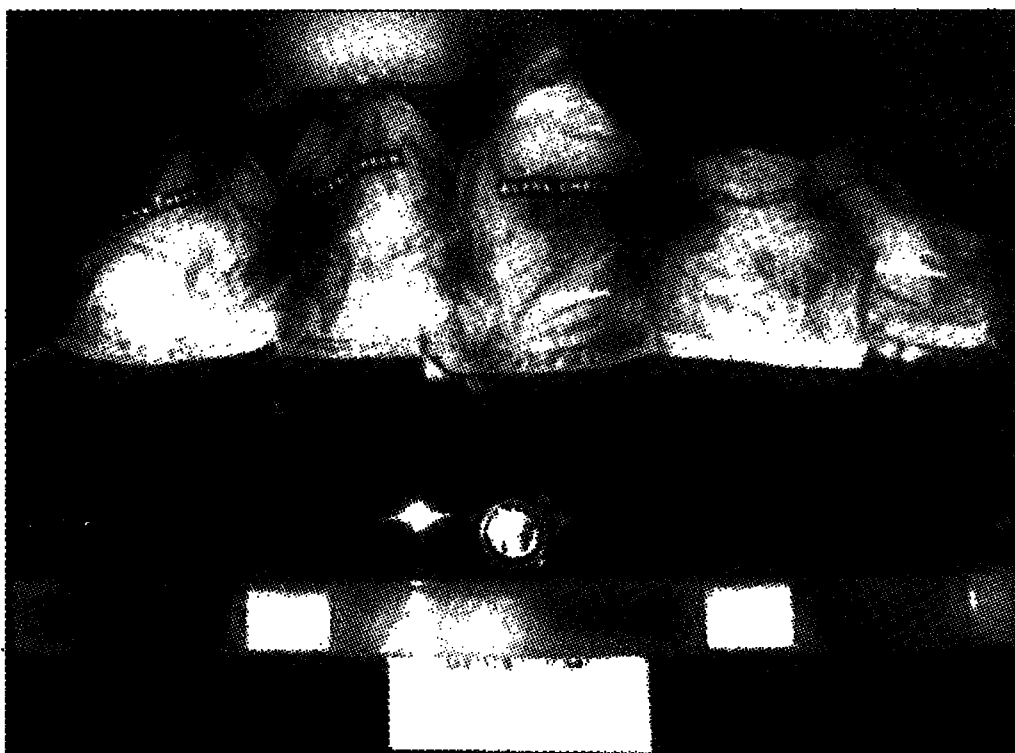
霍华德在迪斯尼确实出洋相了。

我在专业剧本陈述方面成功过。在90年代早期专业剧本销售热潮中，对出售中的原创剧本的竞争是很激烈的。很多天甚至好几个星期前就会传出某个新剧本将“来到这个城市”。项目部主管会跟进剧本，他们的老板常喊着叫着要求加入剧本陈述名单里。在这种氛围下，剧本陈述特殊化成为潮流。为了推销剧本《滴答人》(*Ticking Man*)，带闹铃的时钟被先于剧本送到影片公司执行官那里。当邮差带着剧本抵达时闹铃声在整个城市传开来。下面聊聊张力的建立和释放吧！



装《核心家庭》剧本的容器(1992年)

当吉姆·哈根和我准备寄出《核心家庭》剧本时，我们决定设计“放射性剧本容器”，把剧本装在里面来营造气氛。我们用从军用品店买来的材料做了20个容器。只有最特殊的制片人才能得到这个容器和剧本。当邮差全城疾风般地大肆派送剧本容器时，我们的经纪人希拉里协调发送，这个快递在每个影片公司门口会进行安检（这些东西看起来很像炸弹，我们不想造成假警报）。当天晚上，迪斯尼公司的杰弗里·卡岑伯格和在安柏林的史蒂芬·斯庇尔伯格私下打电话来参与竞标。大概一年后，科尔比·卡特和我装了几十个孩子用的背包，并装上百万美金的游戏美金，让希拉里寄送《小鬼富翁》的剧本——跟完成台本的故事线差不多，相当于三维的纪念品。



Blank Check backpacks (1993)

《小鬼富翁》的背包(1993年)

这几个特性演示都带来上百万美金的剧本销售。第二天《综艺》上的头条新闻说剧本推销和竞标战都很精彩。对我们来说，总设计这些东西是因为我们非常热爱自己的剧本，希望给剧本审阅人员营造一种气氛——比如在暑期档看大片的氛围中，良好的市场发行活动可以争取到全国范围内的观众。最容易卖东西的人是售货员这句话很对。对于任何市场活动我都很容易入彀。好莱坞的主管们也这样。他们像喜欢新人般喜欢好的节目秀，并且很可能更

注重结果。而且,我们都很享受这个过程。

当然这类剧本推销方式现在已经过时了。不会再有人做这种雕虫小技,很可能以后都不会再出现这种推销方式了。很多被买下的剧本都没有拍成影片,剧本热已经过去了。今天的电影公司不喜欢在剧本竞标时失控,因此他们不会再像以往那样热切地卷入剧本竞标战中。但剧本热持续期间是很有意思的。谁知道下一个创新的推销策略会是什么样的呢(或许通过网络)?但肯定要吸引注意力,脱颖而出。别忘了,这仍然是个喜欢特技、奇观和表现的行业。

事实就是这样

好吧,关于剧本还有最后几段话。写完本书有种想哭的感觉。写书的过程很有意思,我希望本书能对你有所帮助。我很荣幸还是个小孩子的时候就成为了这个行业的一份子。我有过很愉快的经历,有过很多创意和灵感闪现的时刻,并结识了很多杰出的专业人士。这是个快乐的旅行。

我也经历过很悲观、很泄气的时候。当你事业受阻时,可能时不时地想认输。但在你的血液里,跟我一样,学会坚持。从失败中学到的东西和从成功中学到的一样多。如果你不断努力,专志用功,总有海阔天空任遨游的时候。你要做的就是继续努力,百折不挠,有良好的心态,说不定今天就是“大日子。”

就在科尔比·卡尔和我给经纪人或制片人寄出剧本前,还有几句良言可以有所帮助。我们知道自己已经尽力了。我和科尔比及其他搭档,总是很努力地工作赚钱。我们对自己的要求比任何批评家都严格。就在我们把剧本放进邮箱或交给邮差前,我和科尔比会说“我们尽力了”。这句话的意思是某个艺术作品,与需要赢利的项目结合起来时,你必须满足其赢利需求。如果你很好地满足了他们的需求,如果你做好了你的工作,如果各方面考虑周全了,如果符合了各种标准而且完成得极富创意,那这就是你所能做的了,你已经尽力而为了。

剩下的就是机遇了。

事实就是这样。

这个行业也就是这样。当我想背叛或固执地硬闯时，总是找不到出路。“他们”，是指电影公司老板，是指能够拍板的人，弄出五花八门的事情让我们这些创作人员简直要发疯，但他们是主宰者。是的，他们买进有才干的初出茅庐者的“热情”，忽略其它。他们经常不会仔细审读剧本。他们更感兴趣的是头版头条以及你带来的机会，而不是你怎么成长为艺术家。

但这就是电影工业的本质。

事实就是这样。

你必须在“事实就是这样”的范围内找到生存方式。这是用“顽固的技巧”挽救你和你的理智的地方。虽然本书对这个特点持嘲弄的态度，但我是把它当做一种激励你的方法：不管怎样，别放弃你的顽固。顽固的力量会让你失去很多东西。他们可以买你的剧本然后炒掉你，或把剧本改得毫无感觉，但他们拿不走你站起来离开这块垫子然后又回来摆荡的能力——你会变得更优秀、更聪明。

特别是，你必须在写作中找到乐趣。因为能找到乐趣意味着你走的路没错。因此在第 100 次写下炫目的“淡入”时，会跟你第一次写时一样激动。

词汇：好莱坞常用术语

曲线(ARC)——表示人物在剧本中经过开端、发展、结局的过程后所经历的变化。在项目会议上常常听到“主角的曲线是怎么样的”以及“这些人物够曲折吗”。对此你也可以自己想想：“在这个会议上我的耐心曲线是怎样的？”

其实(AT THE END OF THE DAY)——经纪人和经理们的用语，表示即将给你带来坏消息，比如“我们喜欢你的剧本，觉得这个剧本很适合茱莉亚，但其实她现在真的要做中世纪的乐谱。”经纪人或经理们有坏消息时，很可能会这么给你打电话。

黑洞(BLACK HOLES)——是指节拍表、故事纲要或案板上不知如何填补的地方。看着这些黑洞你会想怎么会干上这一行呢。你本来可以学法律或参军的……但是你没有，你必须要干这个。

社区喜剧片(BLOCK COMEDY)——低成本、倡导家庭价值观的电影。由于技术要求不高、需要成员不多，你可以就在电影制片厂的外景场地拍摄——就像影片《邻居》(*The 'Burbs*)一样。我在迪斯尼公司商讨已经卖给他们的剧本《扑克之夜》(*Poker Night*)时首次听到这个词。这种影片故事就发生在社区里。公司执行官说“我们需要更多这样的电影——社区喜剧片”。之前我从来没听说过这个词。或许就是他自己的用语，但我喜欢，现在我也用这个词了。

案板(The Board)——把待写剧本分成四等分(第一幕、第二幕前半部分、

第二幕后半部分、第三幕)的软木板、黑板或画板。这是利用索引卡、图钉、彩笔等工具来进行构思的工具,你可以利用案板设计最好的创意,看看什么模样,然后进行扬弃。如果做得好,完成时会有构成影片的40个场景整洁地钉在工作室的案板上……掺杂着心血、甜蜜和泪水。

打破第四面墙(BREAKING THE FOURTH WALL)——电影创作者的业内玩笑话,形容让观众意识到自己在看电影了。第四面墙是观众可以透过其观看舞台上人物生活的无形的墙。打破第四面墙实际上让人物倒退了。这“会让你出戏”。有时候打破第四面墙会得到较好的效果,比如伍迪·艾伦在影片《安妮·霍尔》中跟观众讲话。但大多数情况下不会有好的效果,如当罗宾·威廉姆斯“破坏人物”(《阿拉丁》中他有点反客为主)时。

助推火箭(BOOSTER ROCKET)——任何剧本中都有暗地里延伸的地方。通常都在“大契机”之后,如第一幕后衔接点,还有第二幕结尾这种动作逐渐消失的地方。这是利用助推火箭帮我们度过这些地方的时候。约翰·坎迪(John Candy)《小鬼当家》是个经典的片例。妈妈(凯瑟琳·奥哈拉(Catherine O'Hara))回家找孩子在第二幕结尾时有点拖拉了。因此当约翰·坎迪和他的军团出现时,非常符合剧本的需要。另一个助推火箭人物是《律政俏佳人》里的美甲师。她刚好出现在我们对艾丽·伍兹的法律学校故事开始感到厌烦时,在剧本刚进入第二幕之后。这些人物都可以帮我们度过节奏缓慢下来的地方。

呼应(CALLBACKS)——指影片第一幕中设定的细节、影像、人物性格特征、隐喻在后面得到回应。呼应通常解释前面铺垫的内容。在影片《回到未来》中,马丁·麦福来(Marty McFly)女朋友写“我爱你”时的那场袭击让马丁想起1955年的钟塔及电磁风暴,他需要藉此发动时间机器回到1985年。这是很好的呼应。一般的呼应情节性不强,主要是提醒我们人物的成长过程,以过去来表现变化或通过提醒玩笑的来源进行强调。

字幕枪手(CREDIT JUMPER)——你把剧本卖给了影片公司。然后你按

照合同规定进行修改,之后就被辞退了。在影片进入摄制阶段时,你会收到自己的剧本修改稿,你突然惊讶地发现……剧本又被改过了!! 通常修改得很愚蠢:主角鲍勃现在改名为卡尔了;主角的车不是庞迪克而是别克了。祝贺你,你成为了字幕枪手的受害者了——字幕枪手是指不择手段要在你的片子里上编剧字幕的人,以为通过这些改动剧本就成为他的作品了。这就是为什么要有美国编剧工会字幕仲裁委员会来裁决谁干了什么事的原因。按标准流程写作及成为原创者的好处现在清晰了。你要比字幕枪手拥有更多的权利。要由你来说明为什么实质上这仍然是你的剧本。你必须说明!(好莱坞难道不是个伟大的城市吗?)

阐述(EXPOSITION)——告诉我事实,只要事实,但要以不会让我睡着的方式。因而阐述(如烦人的细节、抢劫计划及背景故事)不能只是把材料堆在那里,必须要有经验老到的编剧生动地进行剧本阐述。阐述不能以过于沉闷的方式进行。精于阐述的人使这些不愉快的事件像喝麦片一样轻松。

第一本(FIRST REEL)——在默片(silent film)时代,每本胶片的长度是10分钟,因而第一本胶片结束时影片放了10分钟。这可以追溯到乔·希尔弗(Joel Silver),这位《虎胆龙威》和《黑客帝国》等动作片的天才制片人,建议在每本胶片结尾都要有“剧烈的打斗场面”或大的动作套路片段。第一本仍然表示影片的前10分钟,我建议可以用来介绍所有A故事中的人物。

面向所有观众的影片(FOUR-QUADRANT PICTURE,四象限影片)——就像满月一样,覆盖所有观众。如果你的影片是四象限热片,那你就中大奖了。四象限是指25岁以上的男人、25岁以下的男人、25岁以上的女人、25岁以下的女人。如果你能把这四个象限内的人群都拉去看你的影片,那你的片子一定是热片。为什么不是每部电影都属四象限影片?很多影片都会因不同理由面向不同的观众群。当今最可争取的群体是25岁以上的男人。很多影片都以这个群体为观众群,因为不管有没有女朋友他们都会去看。他们带别人去看电影的可能性比别人带他们看电影的可能性更大。他们是观众群的风向标。这有可能会变,但解释了周末影院放映的电影。想抱怨为什么

没人为你拍电影吗？原因在这里。但对于这个世界的专业电影编剧而言想完成剧本交易，这是很宝贵的信息。

类型片(GENRE)——除了之前着重提过的喜剧和正剧之外，类型片还可细分成很多种。如果是喜剧，那是什么类型的喜剧？是家庭喜剧、浪漫喜剧、讽刺喜剧还是少年喜剧？如果是正剧，是动作片、爱情片、惊悚片还是恐怖片？每一种都是有自己独特规则、历史和观众期望的类型。虽然不同类型的融合在缺乏关注面的好莱坞有一定需求(郎·霍华德的《鬼影迷踪》(*The Missing*)既是恐怖片又是西部片)，但我建议一部影片一种类型。如果多种类型混合的话，我个人来讲不知道是什么样的影片，或者说不知道为什么去看。

高度概念化(HIGH CONCEPT)——很少有人知道该如何准确地解释这个生僻的术语。我大概知道。我问过。高度概念化里的“高度”指的是什么？这个词含义比较模糊。我在这个术语诞生的地方问过这个问题，但得到的解释仍然不够清楚。我们知道其意思：《虎胆龙威》是高度概念化电影，《英国病人》(*English Patient*)不是；《特工佳丽》是高度概念化电影，《托斯卡尼艳阳下》(*Under The Tuscan Sun*)不是。基本上可以这么划分：美国片(高度概念化)和欧洲片(非高度概念化)，这也解释了为什么美国电影比较成功，而欧洲电影没那么成功。我建议你第一次尽量写高度概念化的电影剧本，如果你知道了“高度概念化”这个词的起源，请 email 给我……我会到欧洲的。

噱头(HOOK)——哇塞，看哪！这是影片包装，会印在电影海报上或包含在故事线中，噱头会抓住你的眼球，让你想跑(不是走)到影院里。噱头是在《综艺》上看到时你会敲着自己的额头说“为什么我没想到”的东西。就像普鲁斯特的玛德琳蛋糕一样，噱头必须绽放于你的脑海，勾引你去进一步了解。噱头就是这个意思。这是简单的精神画面，向你保证影片很有意思，让你从故事线中获知足够的关于影片精彩程度的信息。金牌噱头是这样的：任何人听到都会被吸引，不管是经纪人、制片人、影片公司执行官，还是买票的人。好的噱头回答了这个问题：“影片讲的是什么内容？”

不活跃的主角(INACTIVE HERO)——躺在那儿像条死鱼的是什么东西？坐在椅子上不愿去开门的是谁？当然是那个不活跃的主角了。由于主角的定义就是积极的，不积极的人物当主角当然不会是件好事。主角探寻、努力，会伸手去摘星星；他们不会守株待兔。因此如果你的主角不积极，得告诉他采取主动！

当红(IN PLAY)——当我们说某人当红时，我们是指他们“热度”很高、很受欢迎，以致他们出演新片的消息会让全城为之疯狂。对想离开经纪人的演员们、对结束当前工作寻找新“家”时避开影片公司的导演和制片人来说，当红意味着喧嚣、金钱以及关注度。如果你是个电影编剧，这个词不适用于你。即使你真的“当红”，对好莱坞而言也只是意味着你“可以用”。

故事线(LOGLINE)或一句话概要(ONE-LINE)——故事线是指告诉我们影片主要内容的一句话描述。故事线必须包括某种类型的主角(即用形容词加以描述的某种人)、反面主角(如前)，还有主角的原始目标。必须要有意外，必须能够引发观众遐想。好的故事线是好莱坞王国的金币，可以像流通货币一样用来和喜欢它的人进行交易。

大转折(MAJOR TURNS)——第一幕后衔接点、中点、第二幕后衔接点是剧本中的大转折点。这些点一般在案板的每行末尾可以找到。这些大转折点也是最需要注意的地方。在剧本陈述中，你要紧紧抓住这几个大转折，如果幸运的话，影片公司主管们会记得其中一个。但在剧本推销前，在开始写剧本前，你必须把大转折搞得一清二楚。

单页(ONE-SHEET)——单页以前是指“电影海报”。我不知道这个术语的来源，只知道它跟打印尺寸有关。单页用来表现明星、片名、影片基调。好的单页也很重要，二级市场还可以用来卖DVD。

正中鼻子(ON THE NOSE)——这是我最喜欢的工作用语之一，当某个主意明显无聊或似曾相识时使用。我不会直接说“这明显无聊、似曾相识”，而

是说“好像有点正中鼻子”。你，花了一整夜希望不会“正中鼻子”，现在可以把这当做一个目标。

首页(PAGE ONE)——“只是首页!”这是项目主管绝望的喊叫，他刚拿到一个剧本，创意不错，或许还会有几个不错的人物，其它就几乎没有了。这个词表示某些可怜的家伙会被指派来修改“首页”。这就相当于汽车修理工告诉车主那辆废车可以开了。

预售品(PRE-SOLD FRANCHISE)——当书、漫画、动画或老电视剧建立了稳定的读者群或观众群时，就可以被称为预售品。这相当于有一定数量的人群已经买了票，在电影上映时会去观看。事情并不总是这样——问一下影片《复仇者》(*The Avengers*)和《天降奇兵》(*The League of Extraordinary Gentlemen*)的制片人就知道了。在开拍前让潜在观众适当了解你的影片是起了一个好头。即使是模糊不清的开端(如让《黑超特警组》走红的漫画书)也会有很好的效果，因为人们相信小粉丝团也会在影迷中引发兴奋。但预售品也是某些编剧不大能够得到的东西。你不应该因而停下创造预售品的脚步，我鼓励你创造最好的预售品。

原始(PRIMAL)——是故事、人物目标的基础，也可以说影片大前提和我们人类的内心驱动力相关。生存、性、饥饿及复仇的故事可以立即引发我们对片中角色的兴趣。当出现这些主题时，我们会停下来观看。我们情不自禁。我们不得不看。因为那是原始的。对电影编剧来讲，意味着要把所有情节和故事奠基于原始之上。当人物行为不像人类时，当他们没有原始驱动力时，很可能你是在考验观众的耐心。问“原始吗”就等于问“是否跟原始人相关”。问题的答案必须是 Yes!

大前提约定(PROMISE OF THE PREMISE)——影片的大前提、影片的“故事实质”只有在动作中落实后才能让人满意。电影海报上有趣的、可爱的、勾起观众兴趣的东西，必须在影片中得到兑现。如果没有得到兑现的话，所有的观众都会觉得影片很糟糕。我们观众会觉得上当受骗了。大前提约定是指

剧本中把大前提发挥到极致的场景或场景段落,通常处于娱乐游戏部分(第30—55页)。这是让我们充分了解电影故事的点,也是我们买票去看影片的原因。

追加酬金(RESIDUALS)——每一季度寄到幸运编剧家里的可爱的石灰绿信封。我们知道里面装的是钱!这是希望影片赶快拍完的原因,美国编剧工会追加酬金部门跟踪每一次电视播出、录像带或DVD销售情况及每次国外上映,然后就可以得到更多的报酬!数额也不可忽视:我的两部作品复映追加酬金就达到100 000美金。支票会不断寄来。拍出足够的片子后,你的余生都会收到这些影片的分红支票。

反复的噱头(RUNNING GAGS)——和呼应相对,呼应是第一幕中对情节和人物提示并在后面得到回应,反复的噱头是散布在影片或剧本中的主题重复、人物细节等。作为观众,每次重复都会使我们更欣赏这种噱头,因为能回忆起这些噱头会让我们感觉良好、更加融入到故事中。如果人物设定为喜欢喝咖啡,那么不论何时他走进餐馆点杯咖啡——我们喜欢这样。其实没什么。只是发现自己了解这个人的话我们会感到高兴。反复的噱头在正剧和喜剧中都会出现,表现为我们能够识记的重复笑料。(注:丰富的噱头在影片后面必须有转折,比如当人物即将转变时,走入咖啡馆然后点了一杯茶。)

(电影)固定套路(SET PIECE)——固定套路是指独立的动作场景或段落。固定套路之所以独立,是因为在它利用影片情境或大前提的可能性时,很少推进情节往前发展或强化对人物的认识。因此,固定套路是可舍弃的、可变化的。高速公路上的“追逐场面”本身很少推进情节往前发展,可以改到超市、操场或跑道上。这就是固定套路——在影片公司预算紧张、导演感觉不对或明星不喜欢高速公路上的追逐场面时,可以舍弃或改变。

需要弥补的6件事(SIX THINGS THAT NEED FIXING)——这是我自己的用语。我一直在用。其含义是主角次要个性缺陷的清单,敌人和对手以此要挟他,同时这也是一个影片后面得到“弥补”的清单(如果我们喜欢主

角并觉得他应该得到帮助的话)。我发现自己在剧本写作的过程中,有时会在第一幕(设置)和第二幕、第三幕(兑现)之间反复研究,并往清单里再添加东西。我们作为观众,喜欢看到需要弥补的6件事在影片后面得到弥补——弥补得越好越开心。看到这种兑现我们会感到非常快乐。但你必须把缺陷摆在第一幕中,这样后面才好弥补。

赏金提高(STAKES ARE RAISED)——这是个项目会议上的常用术语。也被称为“定时闹钟”或“中点冲撞”,意味着张力程度的提升。在中点处突然间,一件更大、比以往更出乎意料的、不可逾越的事情成为了主角的难题。你必须确定在中点处赏金提高了,给主角带来新的挑战,并引导他获得最终的胜利。

结构(STRUCTURE)——在“创意”之后,好剧本最重要的一个因素就是结构。制片人或影片公司执行官经常会夸奖其创意、喜欢其风格最后扔掉其剧本,因为结构一团糟。他们看不出影片如何组织。好的结构是卖掉剧本最重要的几个因素之一——也是最好学的。因此要学好结构!这是项目会议上需要沟通的重要部分,因此对于结构你必须做到熟极而流。

潜台词(SUBTEXT)——场景、段落或剧本中藏于表面之下并体现真正实质的东西。即将离婚夫妇关于苹果的争吵,其潜台词不是买笔记本或是鸡尾酒,而是这对夫妇遇上了问题——关于产品的讨论证明了这一事实。不要直接拿事实砸我们,应该更微妙些(剧作技巧更高明),把真正含义隐藏起来。使这些时刻富有含义的不是他们谈论的东西,而是他们没在谈论的东西。

主题暗示(THEMATIC PREMISE)——影片讲的是什么内容?是的,即使最傻的妖怪电影或最烂的喜剧片也必须“讲点东西”。如果影片什么东西都没讲,那肯定不是好电影。实际上每部好电影都是特定观点正反双方的辩论。这是由影片提出并回答的问题。明确提出问题的那个地方是“前锋位置”。主题通常在较早的时间以问题的形式由次要人物向主角提出(如第5页),并把辩论设计到动作中,影片中会以某种方式进行验证。这个问题和辩论是影片

的主题暗示。

正题、反题、合题(THESIS, ANTITHESIS, SYNTHESIS)——对应于第一幕、第二幕、第三幕。正题、反题、合题描述了主角之旅的主题进展。在第一幕中,建立起主角的世界。在第二幕中,主角的世界被颠倒过来,变得乱七八糟。但通过征服这个新世界,主角获得了组合事物及其对立面的知识,来形成包罗万象的合题。这个合题发生在第三幕。光是主角在他的旅程中存活下来是不够的,他必须改变所在世界影片才能精彩。

跟踪(TRACKING)——如果你有个炙手可热的剧本,不管是已经在送往好莱坞的路上或是即将送出,很可能已经被紧密关注其进度的影片公司项目主管“跟踪”了。他们甚至已经建立了制片厂之间的内网,用以讨论剧本及剧本是否值得努力争取。因此,通过跟踪编剧的作品记录及蹦出来的只言片语,他们会作出剧本热门与否的判断。有时候,项目主管会在热门剧本上勾心斗角提供虚假信息,但使用这种伎俩很可能导致在下一个项目上得到相应的回报。当前的跟踪系统比较理性、比较经济,因为好莱坞的剧本竞拍热潮已经结束了。以这种方式跟踪剧本,减少了影片公司或剧本买家“火拼”的可能性。

死亡气息(WHIFF OF DEATH)——结构合理的剧本中,第75页上的“一无所有”节拍的附带产品。这是某个事物消亡(隐喻)的特殊时刻。由于这是导师离世的地方,生病、受伤的朋友或盟友死去的时机,是场所被抹去的地方,所以这种情况下是加入死亡气息的好地方。“一无所有”节拍常伴随死亡气息,因为这个节拍意味着原有世界的末日,主角将会从这个表面上的末日创造一个崭新的世界。

+/-——这个符号表示经典场景的情绪转变。我从罗伯特·麦基(Robert McKee)那里首次听说这个符号。他认为每个场景中都要有这类情绪的突转,从一个情绪极端转到另一个。他是对的。如果你把每个场景当做一部迷你短片,你必须在场景开头拍张快照,在场景结尾拍张快照,来表现这种变化。确定每个场景中有什么样的情绪转变是场景成功的关键元素。在使用索引卡

和案板设计影片的结构时，我会在每场卡上标记这个符号，以确保自己清楚每个场景中的情绪转变。

> <——这个符号代表每个场景中的冲突。当这个场景开始时，谁是要实现目标的主角，谁设置障碍，谁获得了胜利？这些问题可以归结为一句简洁的陈述，这句陈述中利用这个符号来表示谁反对谁。除非想好了这个场景中对手是谁、他们想干什么，不然先不要写。