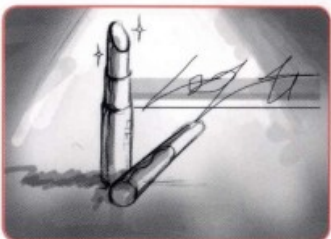
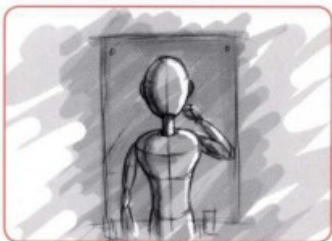
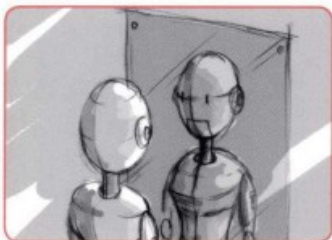
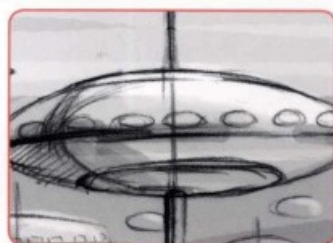
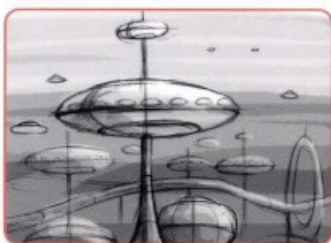
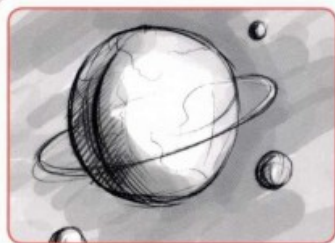


STORYBOARDING DESIGN COURSE

分镜头脚本设计教程

 中国青年出版社

[意]乔瑟·克里斯提亚诺 | 编著



STORYBOARDING DESIGN COURSE

分镜头脚本设计教程

分镜头脚本用于描述创意、交流想法、预算经费、指导镜头执行……

它是电影、广告、音乐电视、电脑游戏、动画等多媒体制作的蓝本，是创意过程中至关重要的一环。

本书是分镜头脚本设计的专业教程，内容简明易懂，适合所有多媒体制作的专业学生和从业人员阅读。读者可以通过此书，对分镜头脚本设计师与分镜头脚本制作过程有全面的了解：

- 学习如何提高速写技术、如何适应不同风格、如何获取灵感。在实践操作指南和互动练习的帮助下，学习如何将文字脚本或概述转换成分镜头脚本。
- 了解分镜头脚本的语言和不同媒体的优缺点及惯用手法。
- 学会创建场景、设计镜头序列，了解构图、取景和连贯的重要性。
- 能够创建专属自己的工作空间，找到进入专业分镜头脚本设计师领域的途径。



乔瑟·克里斯提亚诺：

意大利著名动画家、插画家、分镜头脚本设计师和导演，曾为音乐电视、广告、电影、动画等制作过分镜头脚本。他旗下的公司遍布美国、英国、意大利、法国、德国、西班牙等地。同时，他还在欧洲多所著名的艺术和电影学院教授影视分镜头脚本制作课程。

责任编辑 | 郭光
王思真
封面设计 | 刘洪涛

上架建议：动漫·动画技法

刮开涂层将16位防伪密码发短信至106695081280
短信查询立辨真伪
短信发送以当地资费为准接收免费
详情请查询中国扫黄打非网www.shdf.gov.cn
更多图书信息请登陆www.21books.com

明码 9109 0702 1842 8801
密码

ISBN 978-7-5006-7776-5



9 787500 677765 >

定价：69.00元

STORYBOARDING DESIGN COURSE

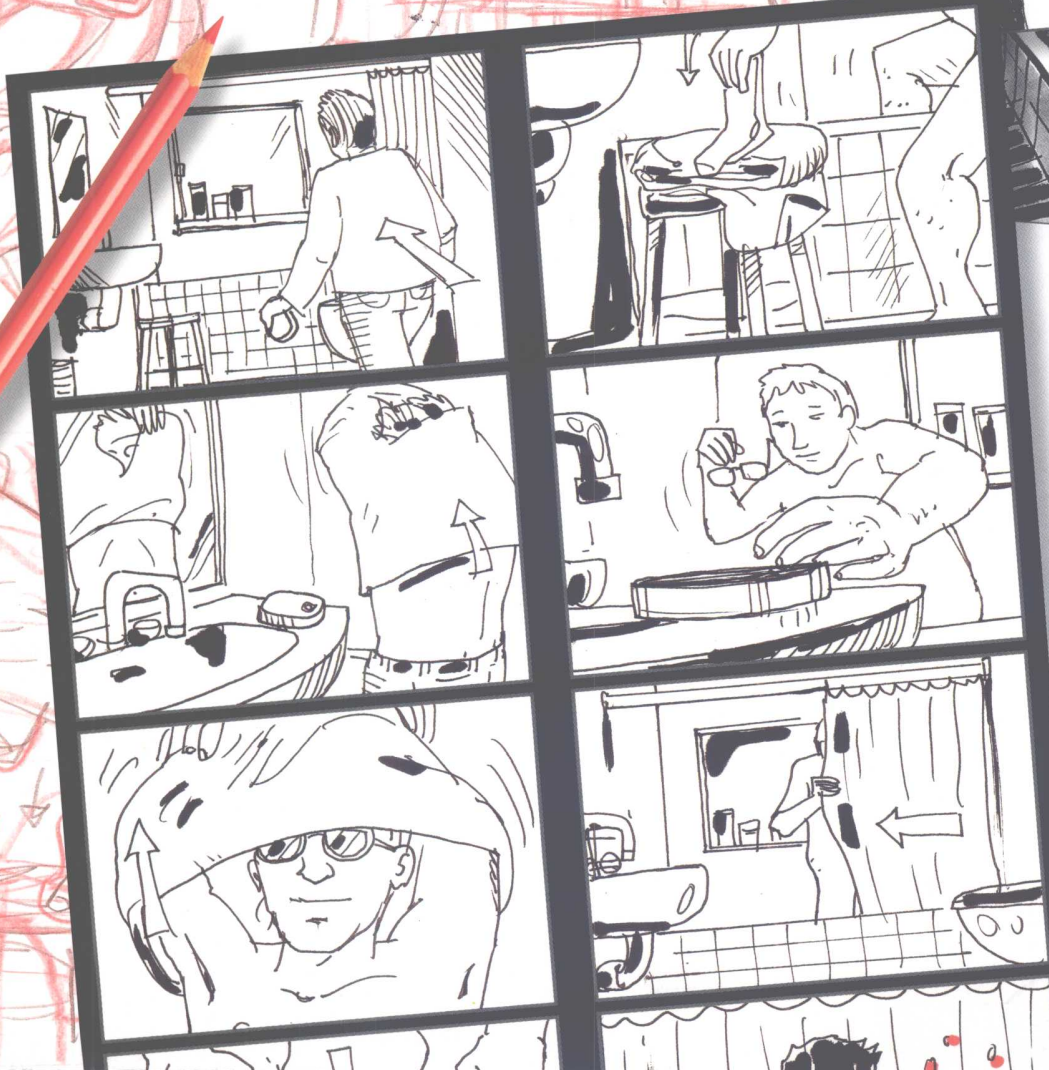
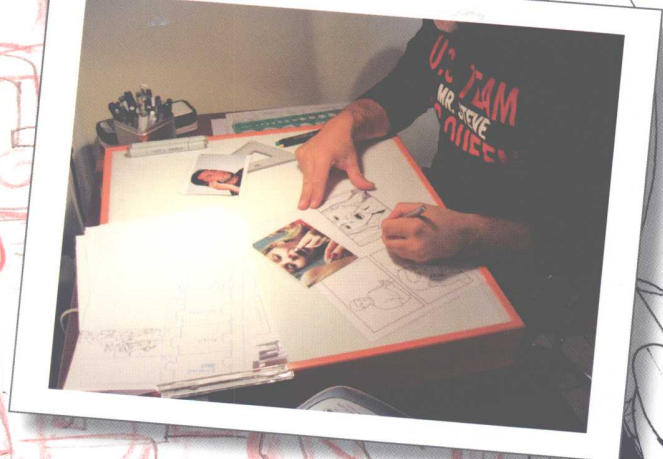
分镜头脚本设计教程

[意]乔瑟·克里斯提亚诺 | 编著

赵 嫣 梅叶挺 | 译



 中国青年出版社



分镜头脚本 设计教程

[意] 乔瑟·克里斯提亚诺 编著



律师声明

北京市邦信阳律师事务所谢青律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由美国Quarto出版社授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

短信防伪说明

本书采用出版物短信防伪系统，读者购书后将封底标签上的涂层刮开，把密码（16位数字）发送短信至106695881280，即刻就能辨别所购图书真伪。移动、联通、小灵通发送短信以当地资费为准，接收短信免费。短信反盗版举报：编辑短信“JB，图书名称，出版社，购买地点”发送至10669588128。客服电话：010-58582300。

侵权举报电话：

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 010-65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-64069359 010-84015588转8002

Email: law@21books.com MSN: chen_wenshi@hotmail.com

Copyright©2007 Quarto Inc.

图书在版编目（CIP）数据

分镜头脚本设计教程 / [意]克里斯提亚诺编著，赵梅、梅叶挺译. —北京：中国青年出版社，2007

书名原文：Storyboard Design Course

ISBN 978-7-5006-7776-5

I. 分… II. ①克… ②赵… ③梅… III. 镜头（电影艺术镜头）—设计—教材 IV. J931

中国版本图书馆CIP数据核字（2007）第151645号

书 名：分镜头脚本设计教程

编 著：[意]乔瑟·克里斯提亚诺

出版发行：中国青年出版社

地址：北京市东四十二条21号 邮政编码：100708

电话：(010) 84015588 传真：(010) 64053266

印 刷：广东省博罗县圆洲勤达印务有限公司

开 本：787×1092 1/12 印 张：16

版 次：2007年12月北京第1版

印 次：2007年12月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5006-7776-5

定 价：69.00元

目录

简介

6

第1单元

什么是分镜头脚本？	10
综述	12
第1课：分镜头脚本的分类	14
第2课：广告分镜头脚本	16
第3课：电影分镜头脚本	18
第4课：MV分镜头脚本	22
第5课：动画分镜头脚本	24
第6课：电脑游戏和多媒体分镜头脚本	28
第7课：其他类型分镜头脚本	30

第2单元

我需要掌握什么技能？	32
综述	34
第8课：建立一个工作室	36
第9课：绘画工具	38
第10课：数码设备	42

第3单元

绘画技巧	44
综述	46
第11课：绘画风格	48
第12课：简单的形式	54
第13课：画面构图	58
第14课：人物绘画	60
第15课：透视基本知识	68
第16课：塑造个人风格	70
第17课：树立自信心	74

第4单元

不同形式分镜头脚本的要求 78

综述	80
第18课：客户脚本	82
第19课：拍摄脚本	84
第20课：动画演示	86

第5单元

分镜头脚本的语言 92

综述	94
第21课：运动线	96
第22课：摄像角度	98
第23课：景别	106
第24课：摄像机运动和注释	110
第25课：连续性和叙事性	116
第26课：构图	120

第6单元

从文字到画面 122

综述	124
第27课：该寻找什么	126
第28课：情绪板和关键帧	128
第29课：剧本全接触	132
第30课：现在，你得到了一份工作	134
第31课：广告：该画什么	138
第32课：接受建议	140
第33课：提高工作效率	142
第34课：工作前的准备	144

第7单元

工作进行中 146

综述	148
第35课：广告设计	150
第36课：广告分镜头脚本设计	152
第37课：电影分镜头脚本设计	154
第38课：概念艺术	156
第39课：动画分镜头脚本设计	158
第40课：分镜头脚本检验	160

第8单元

专业人士成长之路 162

条理	164
推销	166
态度	168
创建作品档案	170
创建网站	172
使用参考资料	174
采访	176

电影节	178
进一步阅读、观看和学习	182
专业词典	185
索引	190
致谢	192

简介

在电影和广告制作中，分镜头脚本是众所周知的工具：它们由来已久，似乎和电影、动画的历史一样长，从有影视作品以来，分镜头脚本就相伴而存。然而，若干年前，当我在一所大学中教授分镜头脚本课程，学生们提出想买相关教程时，却发现这类书籍是如此之少，甚至可以说是空白，市面上居然找不到一本相关的出版物。也许，我们对分镜头脚本设计的关注还远不够。正是这个发现，使我产生了创作此书的念头。

分镜头脚本的重要性

分镜头脚本又称“看不见的艺术”。它究竟是什么——为何如此重要呢？很多人认为，分镜头脚本就是连环画，我却不能苟同。那完全是两码事。

我认为，分镜头脚本首先是对电影的“预指导”。一个好的分镜头脚本，关注的不是画面质量和绘画风格，而是场景的流畅性，以及如何用镜头表现场景。分镜头脚本设计师必须熟知剧情，因为很多在剧本中不曾解决的问题，需要从分镜头脚本中找到答案。比如，怎样将一个场景切换到另一个场景才能更吸引人，怎样用视觉画面表现人物的内心情绪？

其次，分镜头脚本是规划制作成本的方式。用脚本分解出镜头与镜头组，就可以大致估算制作成本与时间。

最后，分镜头脚本是协调制作队伍的工具，它让所有成员明白正在做什么。因为很多时候，电影并非按时间先后顺序拍摄，比如，最后一个镜头组放在最前面拍摄，可以想象，如果团队成员对剧情模糊不清的话，会使工作乱成一团。



阿尔弗雷德·希区柯克（Alfred Hitchcock）在电影拍摄之前，会仔细地在分镜头脚本上规划出各个镜头，将画面预可视化。

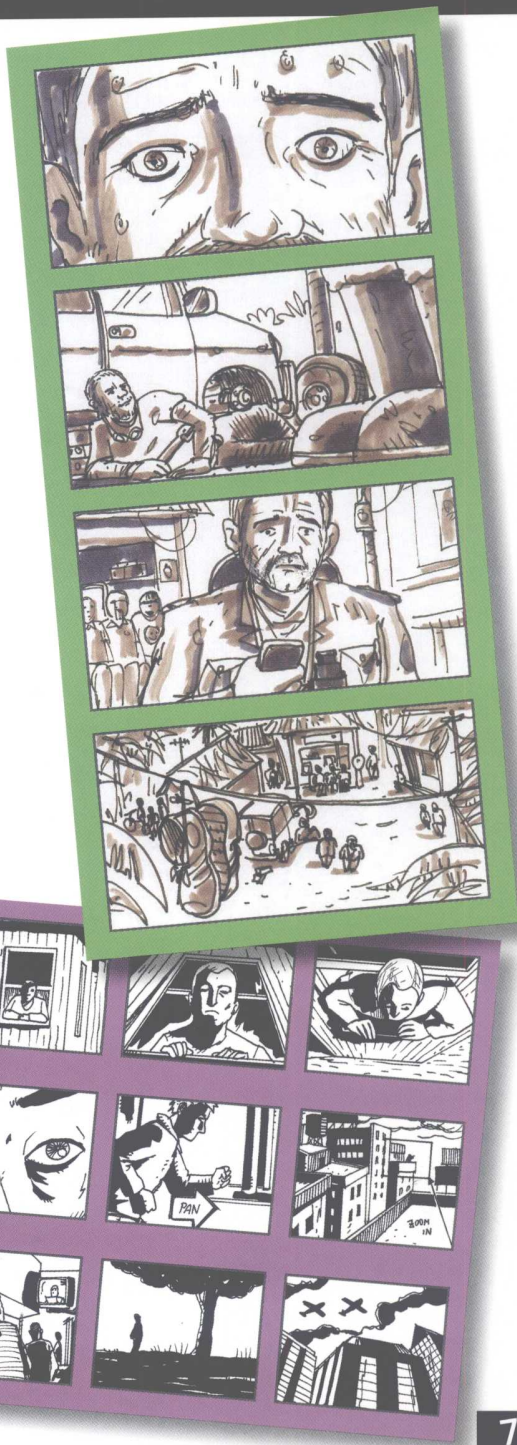
我如何成为一个分镜头脚本设计师

在我的工作生涯中，从来没有学过与分镜头脚本设计相关的课程，甚至不曾有机会细读一本相关教科书——尽管如此，在孩提时代，我就热衷于用绘画方式演绎故事，有时候在书面文本的基础上，创作出一本小小的漫画书。也许从那时候开始，我学会了如何将文字转化成画面，如何用画面来讲故事。

说实话，初次涉足此行业，我甚至不知道什么叫做分镜头脚本。那时候我才15岁，看到某个公司招聘分镜头脚本设计人员的广告，就懵懂地带上自己厚厚的作品去应聘——当然了，带去的所有东西都没派上用场。不过我还是赢得了一次尝试的机会：他们当时正准备参加一次广告脚本比赛，需要一份概要脚本。最终，我的作品完全无法达标，那家公司很客气地说，希望我再接再厉，不要气馁。

当时，我以为自己不适合从事这项工作。然而，多年以后，在另一家公司，我应聘了同样的职位。那些年从事艺术和写作的经历，以及大量电影知识的积淀，赋予我对文字的感受与诠释能力，这一次，我的分镜头脚本设计获得了认可。从那以后，我与分镜头脚本设计结下了不解之缘，先后在赖德利·斯科特（**Ridley Scott**）的公司（赖德利·斯科特是《银翼杀手》和《异形》的导演）、**Saatchi & Saatchi**、福克斯电影公司、MTV、尼克电视网（**Nickelodeon**）、阿德曼动画公司（**Aardman**）（世界顶尖的“定格动画”制作公司，作品有《小鸡快跑》、《超级无敌掌门狗》等）、华纳兄弟（**Warner Bros.**）、环球（**Universal**）和**Playstation**等公司工作。

作为一名分镜头脚本设计师，你的任务不仅仅是将镜头清楚地画出来，还要负责解释和解决故事中的视觉流问题。





迪斯尼公司使用分镜头脚本为早期动画电影添彩。

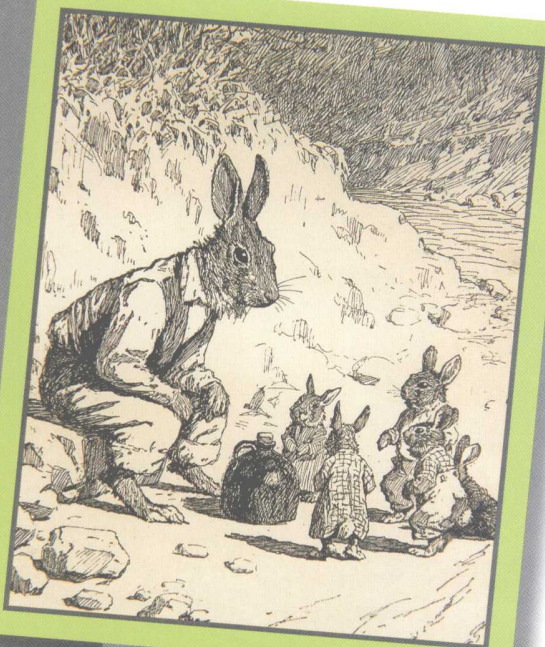
工欲善其事，必先利其器

分镜头脚本不像漫画或插画那样是一种独立的艺术形式，只是工具——一种以系列画面将创意转变成最终电影语言的辅助工具。分镜头脚本设计师的大多数作品在制作团队之外鲜有读者，也少有人称赞画面的精美。但是，它们又是不可或缺的，是隐藏在电影画面背后的“幕后工作者”。

19世纪30年代，迪斯尼公司的一位漫画家韦伯·史密斯（Webb Smith）首次使用了分镜头脚本，十多年之后，这种方式在电影制作中得到普及。我们能从迪斯尼的出版物中看到一些他们公司制作的脚本，但是大多数广告之类的分镜头脚本生命短暂，不留踪影。大量作品就这样无可挽回地消逝了，创作者的名字也随之隐匿。现在我能做的，只是提醒大家记住那些还不曾隐匿的艺术家们，记住这些年来给我启迪、让我受益颇深的大师们——诺曼·洛克威尔（Norman Rockwell，20世纪早期美国重要画家）、哈罗德·米歇尔森（Harold Michelson）、A.B. Frost（美国早期插画家和漫画家，为90多本书画过插画）和现在的让·吉罗德（Jean Giraud，笔名Moebius，法国艺术家，原创的影片有《第五元素》、《异形》、《星战》等，并参与制作了《沙丘魔堡》、《深渊》等经典科幻电影）。我有幸见过让·吉罗德本人，也许现在所走的路，也受到其作品与建议的影响。

本书的作用

大多数经历过培训的年轻艺术家，在培训结束之后，依然不知道自己工作前景在哪里，工作机会有多少？即便是常见的职业，比如平面设计、书籍插画（这两项对技术的要求更高一点）和快速绘制分镜头脚本的自由职业也很难做好。不知道为什么，在平面设计艺术学校里很少有与分镜头脚本设计相关的课程——或许，老师们对学生有所保留，把某些工作作为自己的私藏了吧。



插画师A.B.Frost引领了早期连环画的形式。

那么,这本教程有什么作用呢?它将毫无保留地向你介绍一名分镜头脚本设计师的工作流程,包括什么是真正的分镜头脚本,如何获得灵感,如何保证项目进程,需要掌握哪些技术,如何与各种公司打交道,甚至如何索要报酬。通过阅读此书,我希望你能有所收获,找到挖掘自身潜能的那把钥匙。想成为一名优秀的分镜头脚本设计师,天赋固然重要,然而,直觉、创意、解决问题和快速工作的能力也不可或缺。而这些才能,都可以通过工作积累。分镜头脚本设计师必须适应瞬息万变的市场,时刻保持敏锐的触觉,收集许多信息:做大量的调研,看大量的电影,了解众多不同风格的导演,最重要的是熟悉各种不同分镜头脚本设计师的作品。这在现在已经不是什么难事,感谢网络,使得分镜头脚本不再是“不可见的艺术”。

除此之外,此书对制作流程中的各个岗位从业人员,不管是电影、电视、广告、CD或者网络设计,从美术指导、编剧、制片人到导演都能提供一定的帮助。不是所有人都必须亲自绘制分镜头脚本,但是大多数人都会接触到不同形式的脚本。因此,对分镜头脚本设计过程与设计师感兴趣的制作者们,都可以阅读本书。

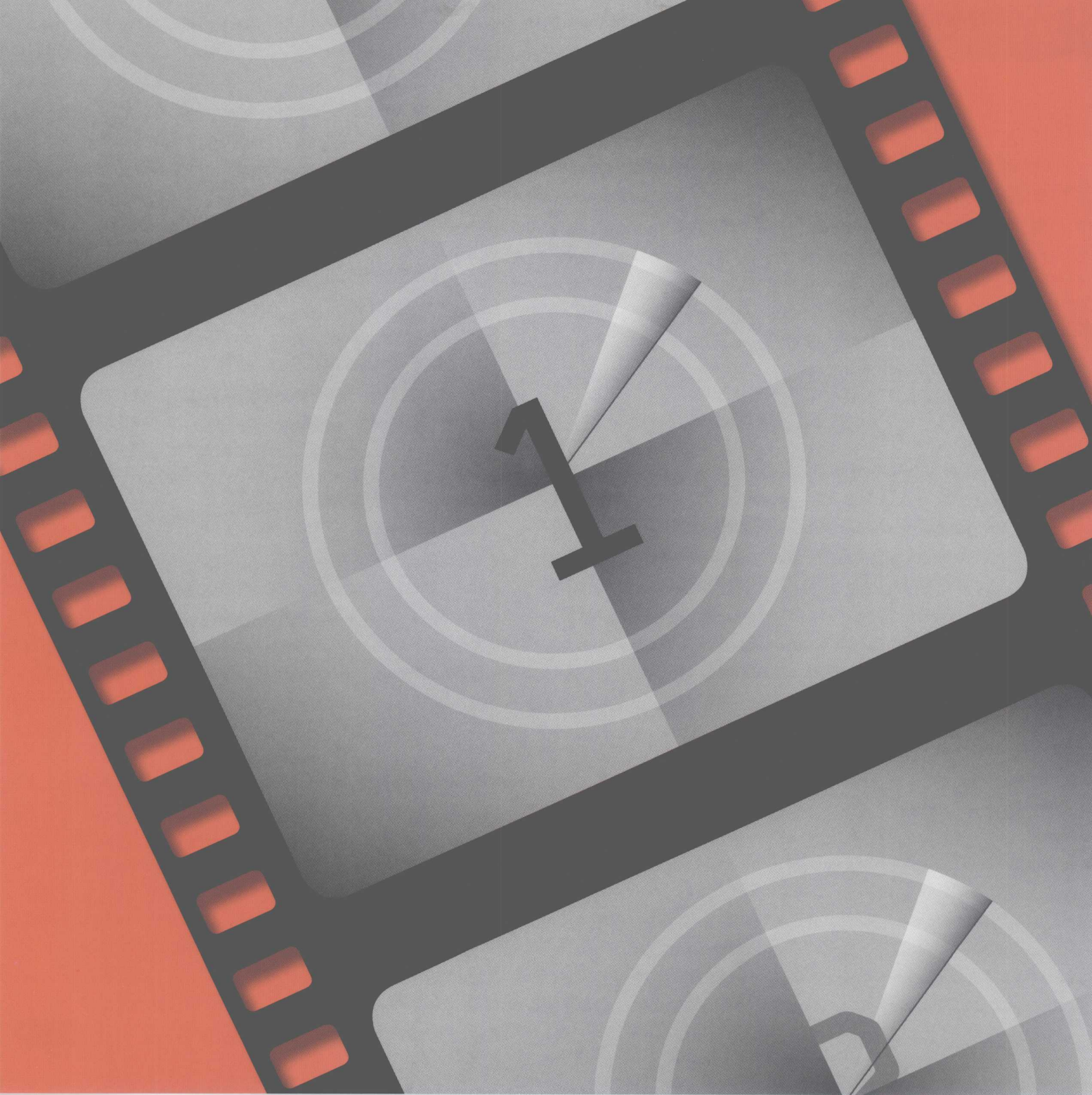


作为一名分镜头脚本设计师,为了提升自己,对大量电影、文学作品等参考资料的研究与积淀是必不可少的。

Giuseppe Cristofari

阅读分镜头脚本的贴士

分镜头脚本阅读没有固定的方向和规律,制作公司决定了分镜头脚本的形式。动画分镜头脚本通常一横条贴在墙上,而电影分镜头脚本可能是一页一幅、两幅或一组。为了便于理解,每一个分镜头脚本前面会添加方向指示标,告诉你阅读顺序是水平还是垂直。



第1单元

什么是分镜头脚本？

综述	12
第1课：分镜头脚本的分类	14
第2课：广告分镜头脚本	16
第3课：电影分镜头脚本	18
第4课：MV分镜头脚本	22
第5课：动画分镜头脚本	24
第6课：电脑游戏和多媒体分镜头脚本	28
第7课：其他类型分镜头脚本	30

什么是分镜头脚本?

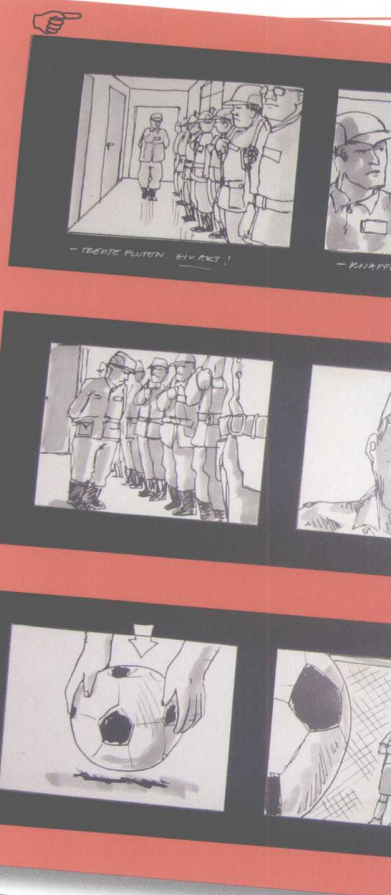
电影制作行业开始时,分镜头脚本就以各种各样的形式出现了。著名电影导演希区柯克就是一个没看到精准的、提前绘制的脚本前不愿意做任何事的导演。很多其他导演也是这样的,比如奥森·威尔斯 (Orson Welles)、斯蒂芬·斯皮尔伯格 (Steven Spielberg)、马丁·斯科塞斯 (Martin Scorsese)、赖德利·斯科特等。

尽管我从事分镜头脚本设计的工作已有很多年,我仍然时会碰到那些请我设计分镜头脚本却不知道它们有何作用的人。他们不清楚需要我画什么,也不知道如何能充分利用分镜头脚本。

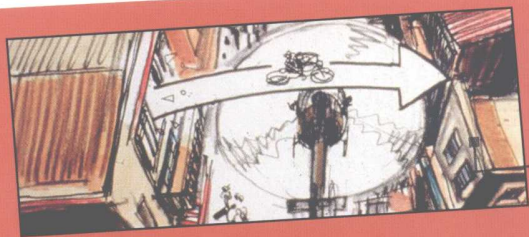
译者注:

- ①阿尔弗雷德·希区柯克: 悬疑片大师, 作品有《后窗》(Rear Window)、《鸟》(The Birds) 等。
- ②奥森·威尔斯: 《公民凯恩》(Citizen Kane) 的导演。
- ③斯蒂芬·斯皮尔伯格: 《大白鲨》(Jaws Unleashed) 系列、《侏罗纪公园》(Jurassic Park) 等片的导演。
- ④马丁·斯科塞斯: 《愤怒的公牛》(Raging Bull)、《出租车司机》(Taxi Driver) 等片的导演。

一般说来,分镜头脚本是通过连续的图解来描述或者计划电影场景或一连串镜头。大部分人认为分镜头就是导演用来安排连续镜头、摄像机角度、摄像机机位等的工具,其实它同时也是整个剧组的“视觉预算”。分镜头脚本能使剧组每个人员看到镜头数、场景数、演员数量以及所需要的设备和材料等,这就使得剧组能估算出制作成本。分镜头脚本能够一个镜头一个镜头地分解一个场景甚至整个剧本,这能使制片人能够有效地计划和安排拍摄日程。一个使用分镜头脚本的制片人 can 清楚地知道哪些东西要进入画面,这样可以节省大量时间和金钱,因为不需要重复布置摄影场景。

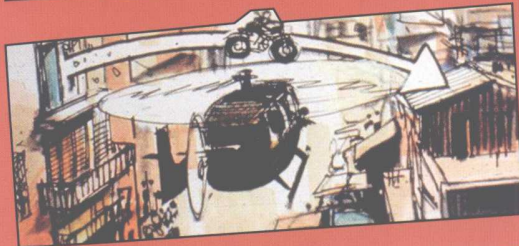


分镜头脚本通常固定在黑色硬板上展示给人看。



连续动作脚本

利用分镜头脚本提前计划和制作动作场景能节省大量的时间和金钱,也可免去大量令人头疼的问题。





鲜为人知

与漫画和图书插图不同的是，分镜头脚本设计不考虑它自身的艺术形式。它只是一个实用性工具，一个用连续的图解把故事或观点从文字形式翻译成最终的电影画面。遗憾的是，大部分分镜头脚本设计者的作品都只拥有少量的观众。

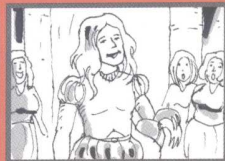
誉清（详情请见第137页）

画面清除整理工作可以在工作室室内完成，如果有必要的话，画面可以用灰白色调作为底色。

速写板

通常从提案会议到精确画图只有很短的时间，所以需要在速写板上以记笔记的方式，辅助快速记录一些重要的细节。

一个低角度镜头的案例。（详情请见第99页）



第1课 分镜头脚本的分类



电影



电视



广告



游戏



动画

分镜头脚本主要有两种,分别是客户脚本和拍摄脚本,而这两者之间有着重要的区别。

客户脚本的目的是试验或者阐释概念和观点,它一般用在筹备期或者前期制作阶段。这个称呼来自广告界,但这种脚本也被称作“故事板”,经常用在电影和动画片中以筹集资金和激发兴趣。客户脚本很少涉及技术细节和连续画面,而主要传达整体基调或者风格。因此,客户脚本的画面数量相对较少,但更注重绘画细节,并通常以彩色画面的形式出现。

拍摄脚本,顾名思义,其作用就是展示如何实现一个构想。它一般用在前期制作的后期阶段和制作阶段甚至后期制作阶段,导演和剧组用拍摄脚本一个镜头一个镜头地来安排场景和拍摄。相比客户脚本,它包含更多的技术信息,也更注重那些连贯性问题,比如连续镜头、摄像机角度和机位等问题,但在绘画方面它并不十分注重细节。拍摄脚本一般都不上色,以便复印后能分发给工作人员。

客户脚本

通常客户脚本看上去像画面的剪辑,并且镜头之间不是紧密相连的。使用时,艺术总监需要向客户描述人物的动作和画面的连续。



移动镜头拍摄

(详情请见第110页)

在拍摄脚本中,操作技术比绘画质量显得更重要。在分镜头脚本中用带方向的箭头来表示摄像机的移动。



动作

标示动作的最好方法就是在画面上画箭头。



日程安排的影响

拍摄脚本的制作时间非常紧张。画面的灰色调可以通过后期电脑加入。

□ 拍摄脚本

简单的黑白分镜头脚本就能满足工作人员和演员的需求了。他们将和编剧一起收到这样的拍摄脚本。



前景中的对象加强构图的纵深感,也使得画面更生动。在左图所示画面中,通过改变焦距,达到引导观众注意力到产品上的效果。

一个过肩镜头案例(详情请见第105页)。

在广告中,用醒目的方式展现所要宣传的产品,这一点很重要。



□ 产品特写镜头

产品特写镜头是广告中的重要镜头,通常出现在广告结尾,它在画面中完整地展示产品和包装。一般说来,产品特写镜头会占用整个广告5秒钟的时间。

谁在使用分镜头脚本?

电影、广告、动画、电脑游戏、网站、工业摄像、活动策划、电视、戏剧——不一而足。任何渴望成为一个分镜头脚本设计者的人最好选择一个你感兴趣的领域或者至少是你愿意花时间学习的领域。分镜头脚本设计不只是简单地要求绘画能力,它还要求创作者掌握该类传播媒介的相关知识。比如你如果想成为电脑游戏分镜头脚本设计者,你必须了解电脑游戏的特点。同样的如果你对拍广告有兴趣,你最好对广告领域的细节很熟悉。

广告是分镜头脚本设计者乐于选择的一个领域。



第2课 广告分镜头脚本



因为蕴藏着大量的工作机会并能很快实现设想,因此,广告可能是分镜头脚本设计者最容易涉入的一个领域。广告的分镜头脚本一般包含6个到30个镜头。如果幸运的话,能给你一到两天时间完成这项工作,但有时候只允许你在几小时内完工,所以你需要有快速绘画的能力,在飞行旅程中想出解决办法的能力,以及在压力下出色完成工作的能力。广告界的薪酬一般高于其他领域,但没有长期工作保障,并且在三个领域(广告、电影、电视)中广告对创意的要求最高,而这些创意却是为了销售,并非创造艺术本身。因此,广告领域的工作实现率很大,也很快,这点对那些不愿墨守成规的自由职业者是个很大的吸引力。

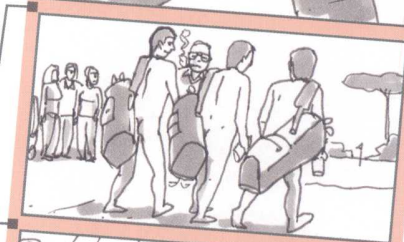
画面 1

这是一个典型的产品特写镜头,客户热衷这种镜头。这是显而易见的,因为通常在画面中,产品会看上去很不错。



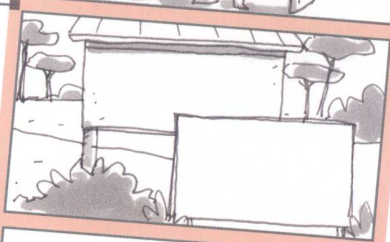
画面 2

在这个镜头中,导演对人物的动作有清晰的认识。构图与影片中的真实画面镜头非常接近。



画面 3

分镜头脚本在将道具引入画面中起到重要的作用。导演说出想要的画面,然后由设计者将它形象化。这些图片将在场景布置中发挥作用。



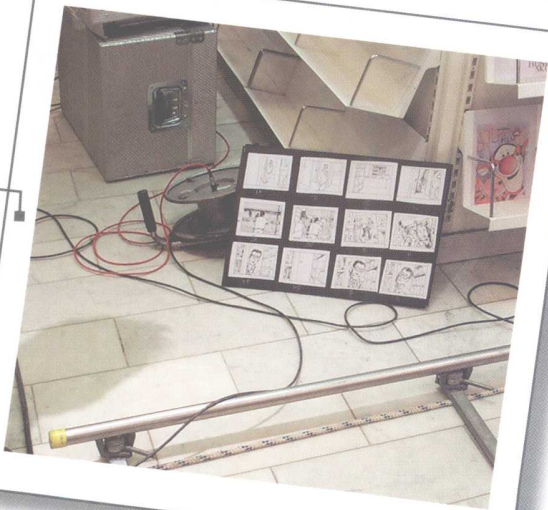


在展示板上 □

每个镜头拍摄完成后，会删去脚本展示板上相应的画面。

□ 快速参考

拍摄脚本通常被粘贴在展示板上，便于剧组的每个人员都能看到工作进程。



□ 准确的拍摄脚本

这是一个糖果广告的分镜头脚本。第一个镜头中的拍摄位置已经选好了，所以画面看上去很精确。整体风格和人物的着装也已经由剧组在设计者和导演见面时决定了。这些都齐备的话会给影像拍摄开创一个好的局面。

有时候，用一种不同的颜色，比如深褐色的基调，虽然只是小小的装点，却可以提高脚本的质量。



第3课 电影分镜头脚本



为电影制作分镜头脚本是一项浩大的工程。一个故事片的拍摄分镜头脚本一般包含1000个画面以上,设计师要求在两三个月时间里完成这项工作。如果剧本已经完善并且预算允许的话,有些分镜头脚本的设计可以时间充裕一些。设计拍摄分镜头脚本时,设计师虽然在自己的工作室工作,但必须和导演保持密切联系。相比广告而言,电影所能给的薪酬会少一些,不过从另一个角度看,这项工作更持久而且也更具有艺术性。

考虑到电影需要很长的时间才能制作完成,并且有可能中途因为制作公司的原因而夭折,设计者可以要求预付50%的设计费用,这部分预算款即使项目取消了还是归分镜头脚本设计者所有。

很多导演自己画分镜头脚本,在这种情况下,分镜头脚本设计师的工作就是把这些笔记重新创作成工作人员能看懂的草图。虽然有些导演绘画技术高超,但是考虑到设计分镜头脚本是一个严密的、技术性很强的过程,因此,最好还是另请个分镜头设计师。希区柯克就是一个具有高超画技的导演,也经常自己画筹备期的分镜头脚本(至少是场景的大致设计)。但他还是聘请了最优秀的分镜头脚本设计师,因为在他看来,分镜头设计阶段是电影制作中最重要的一个环节。

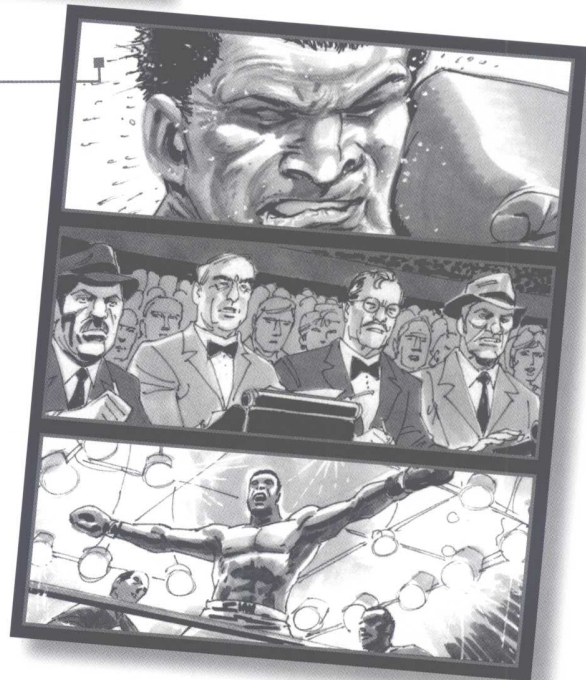


剪辑画面

导演亚历山大·威特(Alexander Witt)正在加工电影《生化危机:启示录》(Resident Evil: Apocalypse)分镜头脚本。

获取细节

有时候在制作故事片时,导演会要求一个细节完备的分镜头脚本,尤其是当电影还处在筹备资金阶段。那时候演员往往还没有选定,但导演已经对人物形象有了初步设想。导演会向设计师描述人物形象,为了帮助设计师设计人物,导演有时候还会提供几个备选人物和相应的图片。右图所示的画面来自哥伦比亚电影公司的影片《拳王阿里》(Ali),由蒂姆·伯德(Tim Burgard)绘制。



时代片断

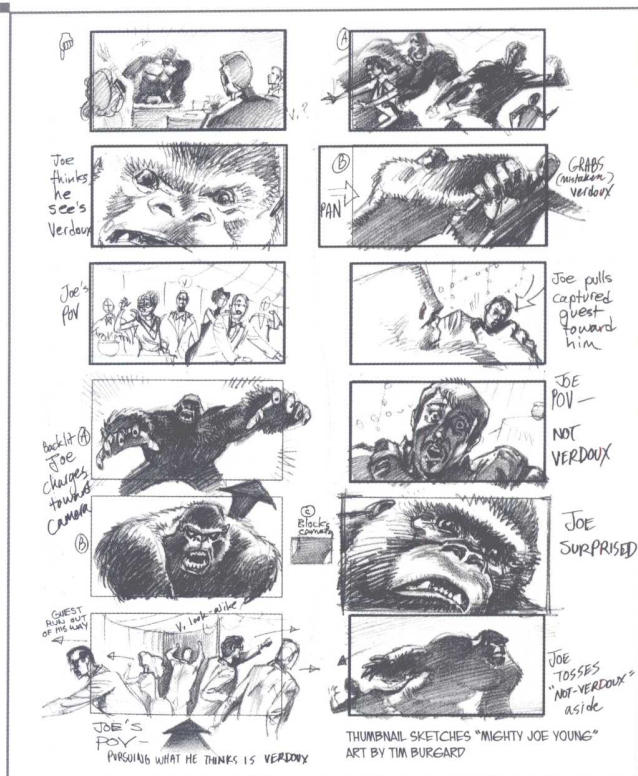
为了制造影片《玛戈皇后》(La Reine Margot) 的16世纪风格, 并以此来设计电影场景, 导演帕特里斯·夏洛尔 (Patrice Chéreau) 要求分镜头脚本设计师用铅笔素描参考美术师马克希姆·吕贝 (Maxime Rebière, 《情人The Lover》、《卢浮魅影 Belphegor》等片的美术师) 的作品。

缩略草图

迪斯尼出品的电影《巨猩乔扬》(Mighty Joe Young) 的最初草图。蒂姆·伯德已经通过给草图注释重要信息为下一阶段工作做好了准备。

和设计师探讨

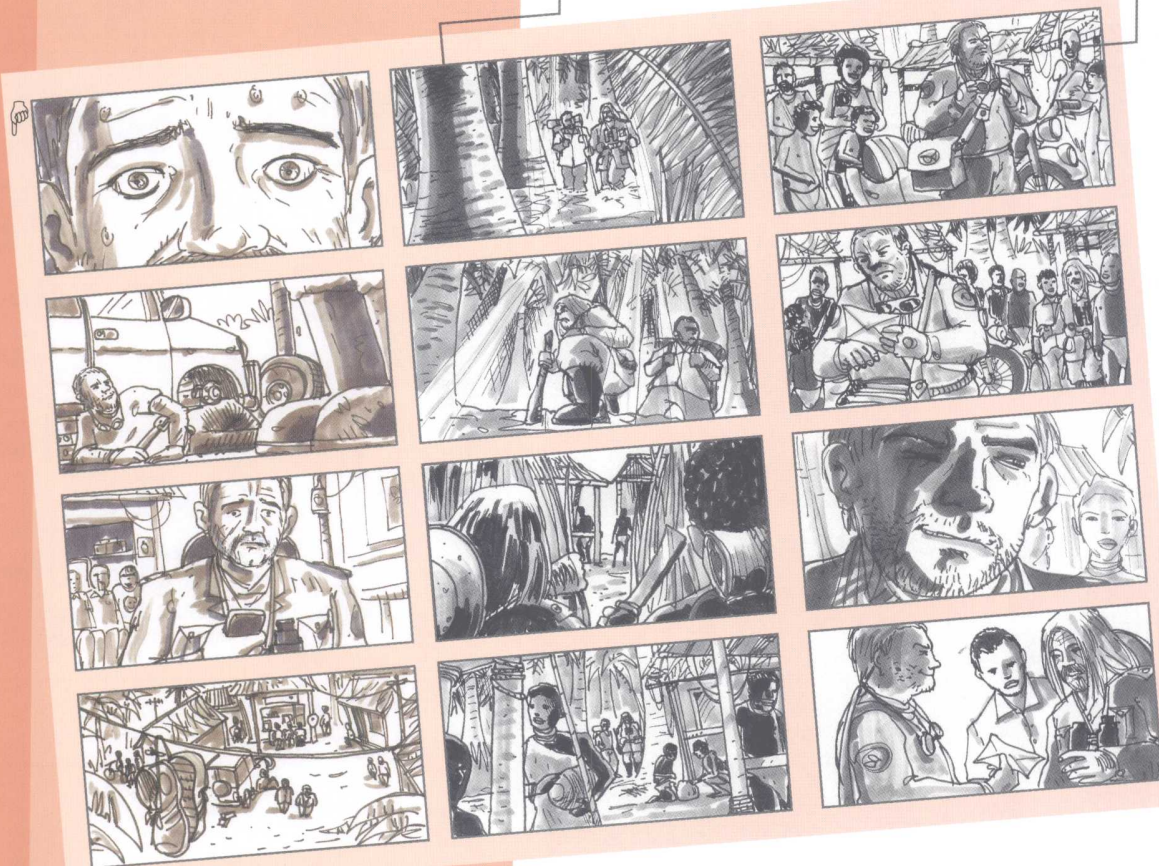
导演约翰·休斯顿 (John Huston, 《马耳他之鹰 The Maltese Falcon》、《永别了, 武器 A Farewell to Arms》等片的导演) 正在查看分镜头脚本画面, 这部名为《白鲸记》(Moby Dick) 的电影诞生于1956年。



最初的会议没有商定故事地点，因此设计师暂时用热带丛林和小村庄等元素给画面带来真实感。

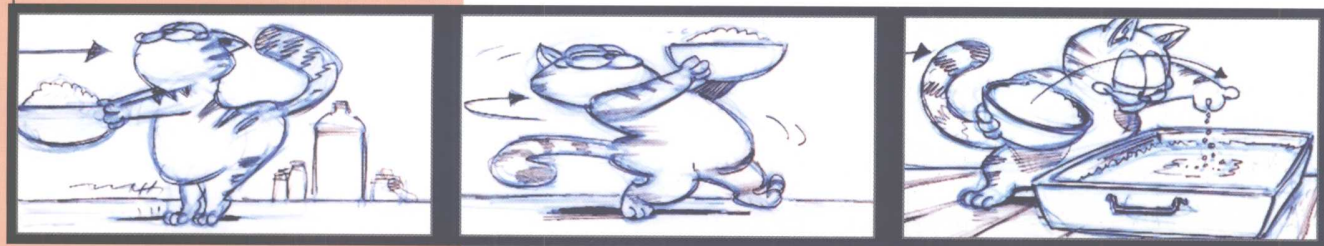
在绘制的最后阶段，分镜头脚本看上去更像是漫画。根据导演的需求，很多场景需要注意细节刻画，尤其是那些涉及群体的场景，因为那些镜头中有大量演员出现。

注意分镜头脚本是如何最终实现不包含任何摄像机的移动箭头就可以体现动作和画面的连续性。



指示角色

可以用箭头指示角色的移动，如下图所示的蒂姆·伯德为20世纪福克斯公司制作的《加菲猫2：双猫记》（Garfield2: A Tale of Two Kitties）分镜头脚本。

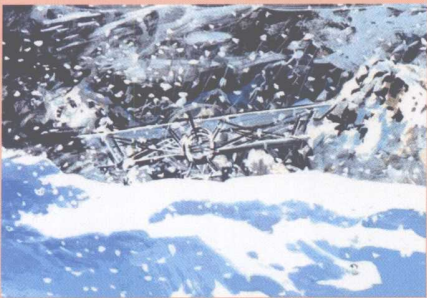


□ 动作序列

分镜头脚本是电影中动作序列设计的重要途径。左图所示的连续镜头由马克希姆·吕贝绘制，出自罗曼·波兰斯基 (Roman Polanski, 《钢琴家 The Pianist》、《唐人街 Chinatown》等片导演) 执导的影片《雾都孤儿》(Oliver Twist)。

□ 不同媒介形式的作品

《勇气之翼》(Wings of Courage) 的导演让·雅克·阿诺 (Jean-Jacques Arnaud) 曾要求马克希姆·吕贝绘制彩色客户脚本，以创造更真实的电影感。结果马克希姆·吕贝却用水粉画把想象记录下来。



第4课 MV分镜头脚本



音乐

通常,广告工作室同时也制作MV (Music Video)。因为经常是同样的团队(导演、摄影、场景设计等)为这些项目工作,所以很容易认出各个工作室的风格。

MV的制作经费在过去的几年里急剧下降,分镜头设计师经常只能拿到与工作量不相称的薪酬。事实上,如果广告通常会有20个到25个画面的话,MV大概会需要100个画面,但得到的报酬是差不多的。

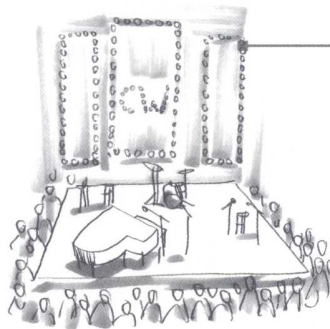
MV分镜头设计师的创作过程和电视广告及电影不同。创作过程通常从一个基本理念或者概念开始,这个概念可能由设计师设想,然后由剧组讨论估算成本和周期。

一个MV通常是一系列连续镜头或观点,而没有故事情节。比如,乐队可能要求镜头在沙漠拍摄,这样的话,导演将需要构思一系列能够符合乐曲风格的画面。在这种情况下,分镜头设计师会被要求设计关键画面(通常也叫关键帧)以帮助剧组明确工作计划。



灵感

一个MV的创意可能来自一幅简单的画。有时候导演会用几幅速写而不是故事板向设计师阐述他的想法

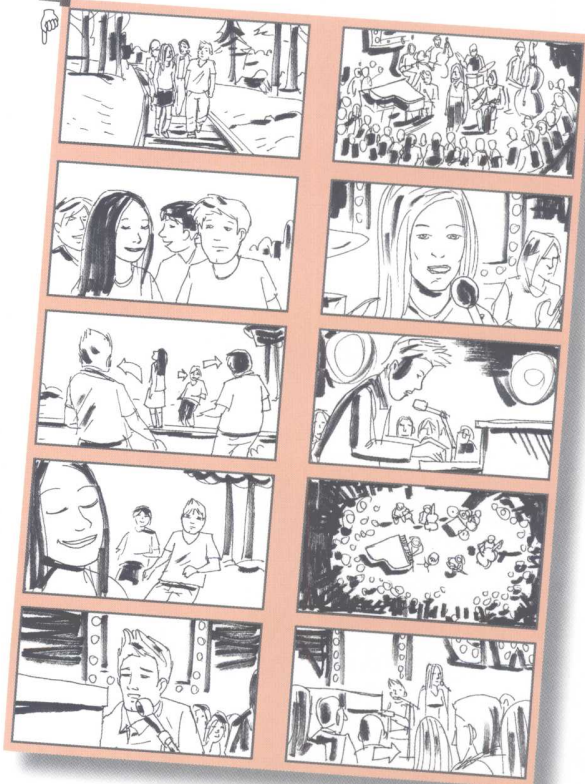
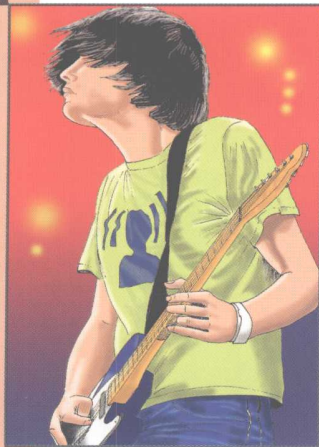


风格

在风格上,MV的分镜头脚本和电视广告的并没有太大区别。一般情况下,一个电视广告大概会持续30秒到45秒,而一个MV会需要4分钟左右。充足的工作时间使设计师有可能创作出更清晰的分镜头脚本。

概念绘画

有时候召开一个头脑风暴会来创作插图是个不错的选择。如果经费允许,甚至可以出彩色稿。



□ 场景设计

和视觉导演讨论分镜头脚本时,设计师可能需要画一些草图来辅助场景设计。这些草图通常很粗糙,最后由舞台美术根据草图制作。



□ 关键画面成本计算

MV中经常有很多特殊效果运用。在前期制作阶段,分镜头脚本也要用来预算和安排这些特殊效果。有时候,关键画面就足够估算成本了。

Item	Quantity	Unit cost	Total	Notes
PRE-PRODUCTION				
Advertising for cast and crew	1	0.00	0.00	
Audition space per day	2	10.00	20.00	
Tapes for audition	3	2.00	6.00	
PRODUCTION				
Camera rental	1	0.00	0.00	
Microphone rental	1	0.00	0.00	
Light rental	0	0.00	0.00	
DV tape stock	3	2.00	6.00	
Script	10	0.50	5.00	
Photocopies	3	5.00	15.00	Flowers
Props	0	0.00	0.00	Wigs
Wardrobe	0	5.00	5.00	
Makeup	1	5.00	5.00	
Catering for 8 per day	3	20.00	60.00	
Petty cash			20.00	
TRAVEL EXPENSES PER DAY				
Actor 1	3	7.00	21.00	Includes gas for car used in video
Actor 2	3	5.00	15.00	
Actor 3	3	5.00	15.00	
Actor 4	3	5.00	15.00	
Cameraman	3	5.00	15.00	
Sound recordist	3	5.00	15.00	
Makeup	3	5.00	15.00	
Director	3	5.00	15.00	
POST-PRODUCTION				
Editor	1	0.00	0.00	For cast, crew, and marketing
DVD-R	20	1.00	20.00	Printing
Marketing/PR	10	2.00	20.00	Press pack
Total			303.00	

□ 拍摄关键画面

MV的拍摄过程中要保证关键画面的拍摄,而不在意复杂的故事情节。



□ 色彩使用

虽然不是很普遍,但还是会有一些MV的分镜头脚本是彩色的。下面这个范例就通过MV表达了色彩会随着音乐出现的概念。

拍摄地点和服装在分镜头设计阶段不一定完全确定。服装可能会在制作过程中经常变动。

尽可能多地从制作公司那里获取信息,这样你才能画出更逼真的画面。



第5课 动画分镜头脚本



动画

到目前为止，对分镜头脚本设计师在细节和质量上要求最苛刻的领域就是动画。动画是一个花费巨大的劳动密集型媒体。在制作过程中，分镜头脚本是从这个国家传到那个国家，从这个工作室传到那个工作室的最主要媒介。

动画分镜头设计师会被聘用参与一个长期项目，通常一个项目会持续一两年，另外，与广告和电影不同的是，动画分镜头设计师要在动画工作室和其他画家一起工作。

动画领域是对分镜头设计师创造力要求最高的领域，这不仅因为动画的拍摄脚本需要大量的细节，也因为在分镜头设计阶段就需要完善甚至创作一些笑料。

动画分镜头脚本是非常注重细节的。事实上，每页动画片分镜头脚本都包含了大量的信息。

动画分镜头脚本模板

以下的模板展示了动画片所包含的方方面面的细节。它包括了画面、文字、译文（因为工作通常由许多不同的工作室完成，再由主工作室整合）、注释、检索（位置的编号、章节编号和特殊效果等），最后还包括镜头次序的时间安排。

	动画片/片断的标题	镜头编号	拍摄编号
画面			
对话			
译文/注释			
章节、位置检索			
时间安排			



调整音乐

迪斯尼公司的著名动画片《幻想曲》（*Fantasia*）的制作过程中，参与人员将近1000人。左图所示为导演用分镜头脚本和配乐师讨论电影的音乐。

动画分镜头脚本

为动画制作分镜头脚本是一份充满乐趣的工作。角色设计是分镜头设计师赋予角色第一次生命。尽管绘画可能相当粗糙，但故事的发展是从分镜头脚本开始的。

动作方向

在动画中，分镜头设计师通常是紧跟导演而工作的。因为动画拍摄的每个动作镜头都需要画出来，所以分镜头脚本是最早出现动作方向的地方。

归档和记录保存

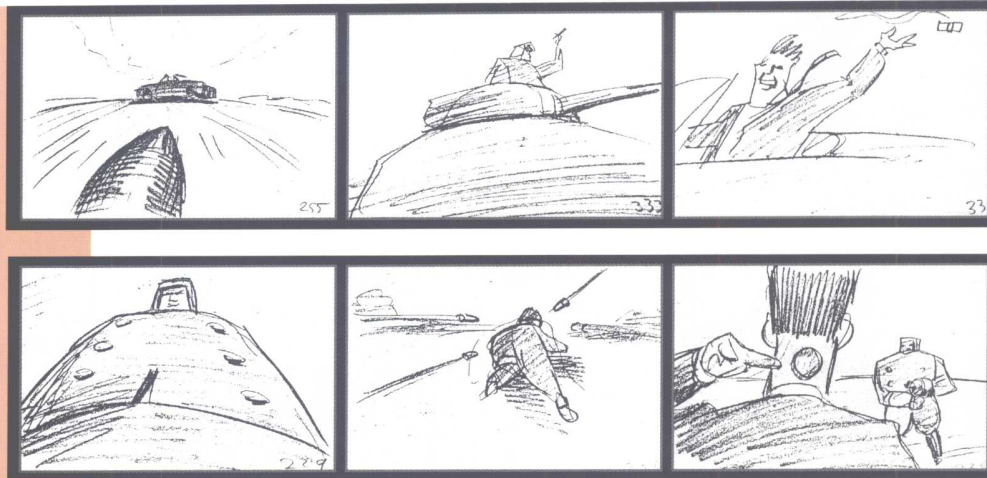
在动画工作室，分镜头脚本的每个方面都要讨论并记录，每个修改都需要记录时间并确认，这是最重要的一点，因为剧组通常用最新的一版分镜头脚本作为指导。

连续性

如上图所示，动作是因果关联的。动画工作室可以根据分镜头脚本制作一个动态脚本（详情请见第86页），只有在这项工作完成后，动画工作室才能继续进行动画制作。

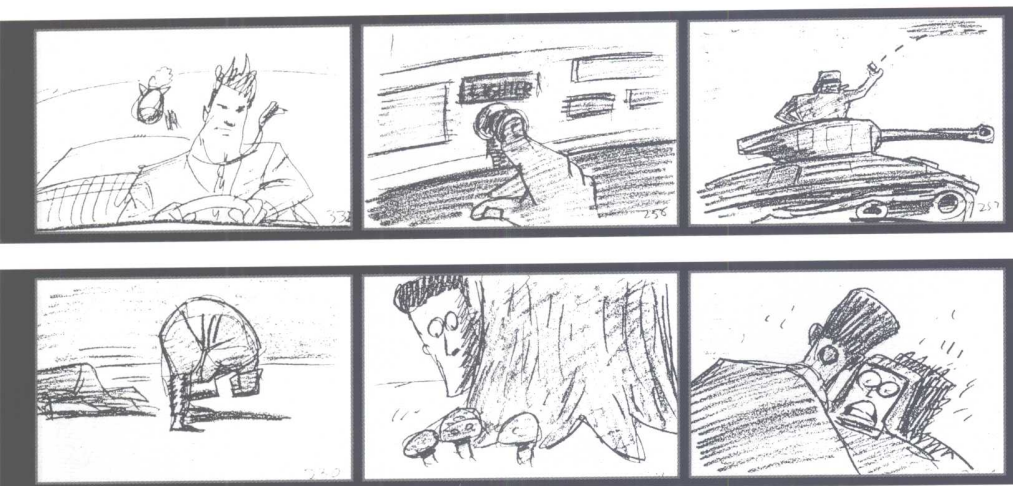


制作动画片有很多不同的技术——传统的赛璐璐胶片动画、黏土玩偶动画和3D动画等，但所有的制作方法都开始于传统方式，即画草图和制作分镜头脚本。



运动线条

和漫画、连环画一样，在动画分镜头脚本画面上，你也要通过画运动线条强调角色的运动状态。



动画分镜头片断

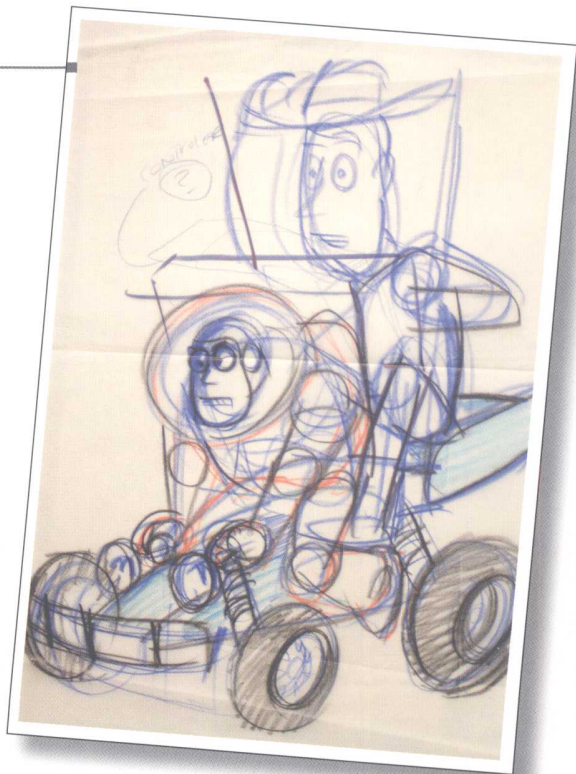
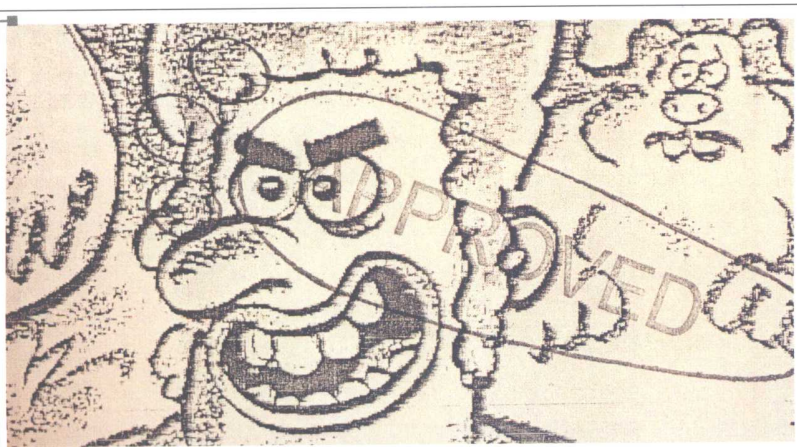
左图的这些片断画面是由比尔·普莱姆普顿 (Bill Plympton, 著名动画制作师) 绘制的, 他在这个动画片制作中既是动画师又是导演。这种现象很常见, 很多导演自己制作分镜头脚本。不过, 如果你正在为系列动画制作分镜头脚本, 你得使自己适应于动画片的风格。

审阅

动画工作室中经常有大量的草图, 随着工作的进展, 工作人员会经常迷惑, 不知道哪些是有用的草图。所以从设计到分镜头脚本, 要不断地对作品进行审阅并盖戳, 及时把不用的作品废除, 这样才能保证剧组的每个员工都知道哪些是他们工作中可以使用的正确素材。

每张草图都有价值

在动画工作室, 每张草图都会保存。一个新的构思完成, 并成为动画片的一个亮点, 其起源可能是一张不起眼的纸片上的粗糙草图。



第6课 电脑游戏和多媒体分镜头脚本



分镜头脚本在电脑游戏制作和多媒体展示上应用也很广泛。视频游戏往往有具体的动态展示,就像一个小电影。游戏中每个情节介绍都需要大量的工作,它们会持续10分钟左右,所以很显然分镜头脚本阶段是制作过程中最重要的环节之一。事实上,这些情节介绍应该被当做小动画电影对待,那就需要设计角色、场景等。这些完成后,你还需要一个剧本,然后就得进入分镜头脚本设计阶段了。

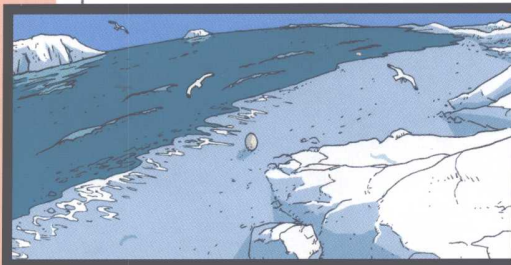
有些电脑游戏的进程有各种各样的设置,需要玩家寻找线索,最终完成剧情。这种情况下,分镜头脚本就担当为整个制作设计骨架的角色。

在多媒体展示中,分镜头脚本可以简单地被用作流程图标明项目的脉络,比如,借助交互式的CD盘,分镜头脚本可以显示信息在哪里结束以及项目内部如何进展。

在这个领域内分镜头脚本通常非常具体。你可以在专业电脑和视频游戏杂志中找到大量的,关于现在的产品的图解和正在进展中的影片。

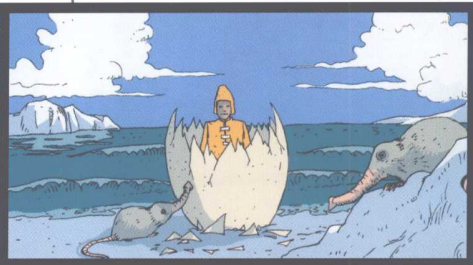
□ 画面 1

下图所示的就是所谓的镜头设置。在这个极宽的镜头里,我们看到了故事发生的环境——一个巨大的蛋在海滩上。



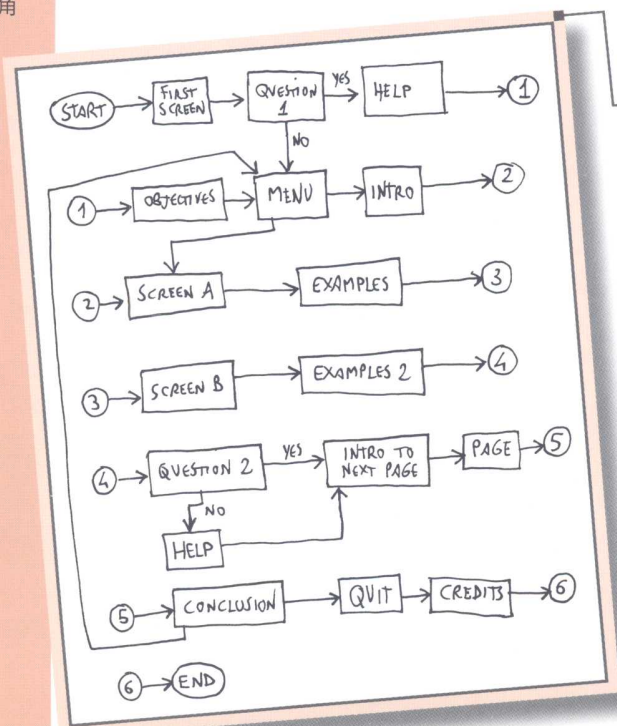
□ 画面 2

一个宽镜头。巨蛋破开,一个角色从里面出来,周围的奇怪生物正好奇地靠近这个奇怪的蛋。



□ 流程图

一个简单的互动展示有时候在分镜头脚本中被进一步简化成流程图形式。通过这种方式很容易在分镜头脚本中提前安排事件次序。





□ 服装道具设计

为电脑游戏设计分镜头脚本同样也可以进行很多有创意的设计——尤其是服装和道具的设计。

□ 画面 3

一个宽镜头。海上有一艘古老的船，它的周边盘旋着一些巨大的鸟一样的生物。让人对事件的发展产生遐想。

□ 画面 4

从画面各个角度钻出许多巨大的虫子，向着白色沙质谷底的一个小村庄涌去。

□ 画面 5

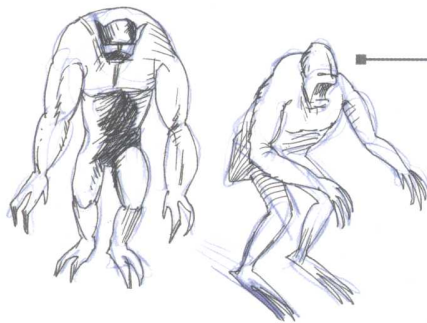
一个飞行场景。那些巨大的虫子攻击那些长得像人类的角色。



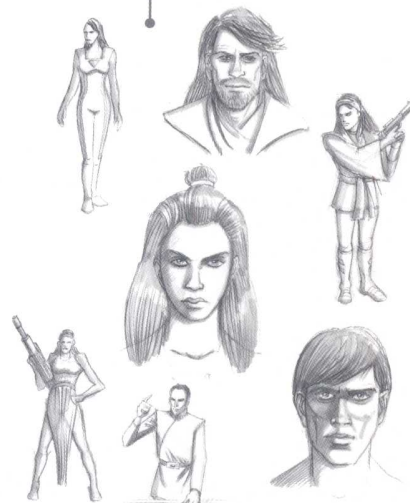
□ 绘制角色草图

在为电脑游戏制作分镜头脚本之前，一个很重要的工作就是将电脑动画中将要用到的所有设计完成。这些设计草图由游戏创造者指导完成，当然在早期计划阶段，分镜头脚本设计师有时候也会被要求参加。

有时候简单的铅笔素描就能满足要求了，尤其当制作还处在计划阶段时。



一旦角色选定并最终成形后，他们就会被誊清并上色，这些一般都用电脑完成，然后交付给电脑动画设计师。



第7课 其他类型分镜头脚本



电影



电视



广告



游戏



动画

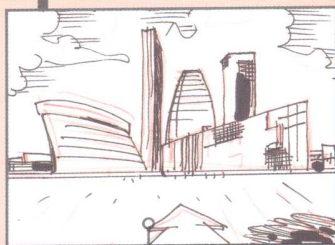
有时候,一些建筑设计工作室需要分镜头设计师来让他们的项目展示过程视觉化。以前,一个项目的展示需要一个评判小组的鉴定,而今天,它已经可以通过制作想要展示的楼盘的视觉效果模型来完成。这些视觉模型可以借助专业电脑软件来模仿光、环境和材料。当然,这类工作需要大量时间,因此第一步工作是制作分镜头脚本形式的草图,它可以组织展示顺序,然后由电脑设计动态效果。

网站设计也是类似的过程,在这个过程中,分镜头脚本主要是以流程图的形式出现。培训视频教程、公司的案例展示以及商业汇报等过程中也需要类似的分镜头脚本。

分镜头脚本在很多情况下都很有用。其实它可以看做是一种工具手段,借助它可以明晰过程、加快进程并避免精力和资源的浪费。

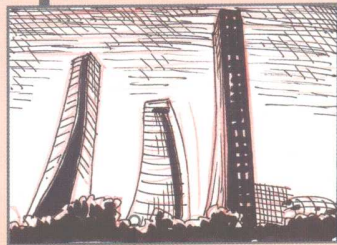
画面 1

制作建筑设计的分镜头脚本时,设计师需要经常与3D设计师合作去实现那些建筑上的可能性。下图所示的例子中,光线在画面中很重要,因为建筑物涉及到不同的材料元素。所有的真实性都可以通过这样的操纵实现。



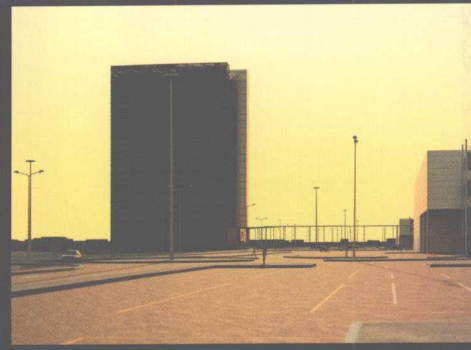
画面 2

在这个镜头中,最重要的一点就是展示了建筑物的夜间效果。这是展现这幢建筑独特设计的关键。



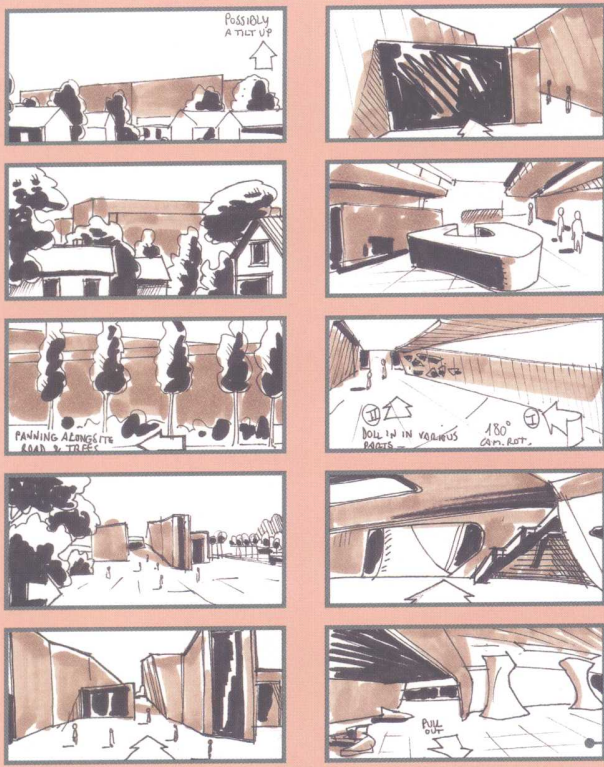
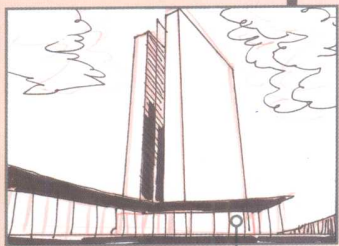
画面 3

在这个画面中我们希望展示黎明时的一幢建筑。借助专业软件,我们可以模拟出一天的各个时段。



画面 4 □

这个镜头从另一个角度展示了这座建筑，并使用了另一种光线，使它置身于夕阳中。



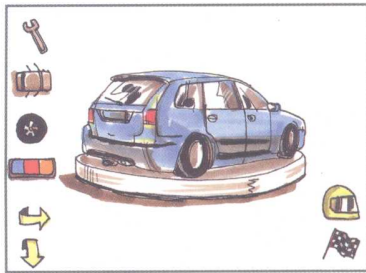
□ 用于建筑的分镜头脚本

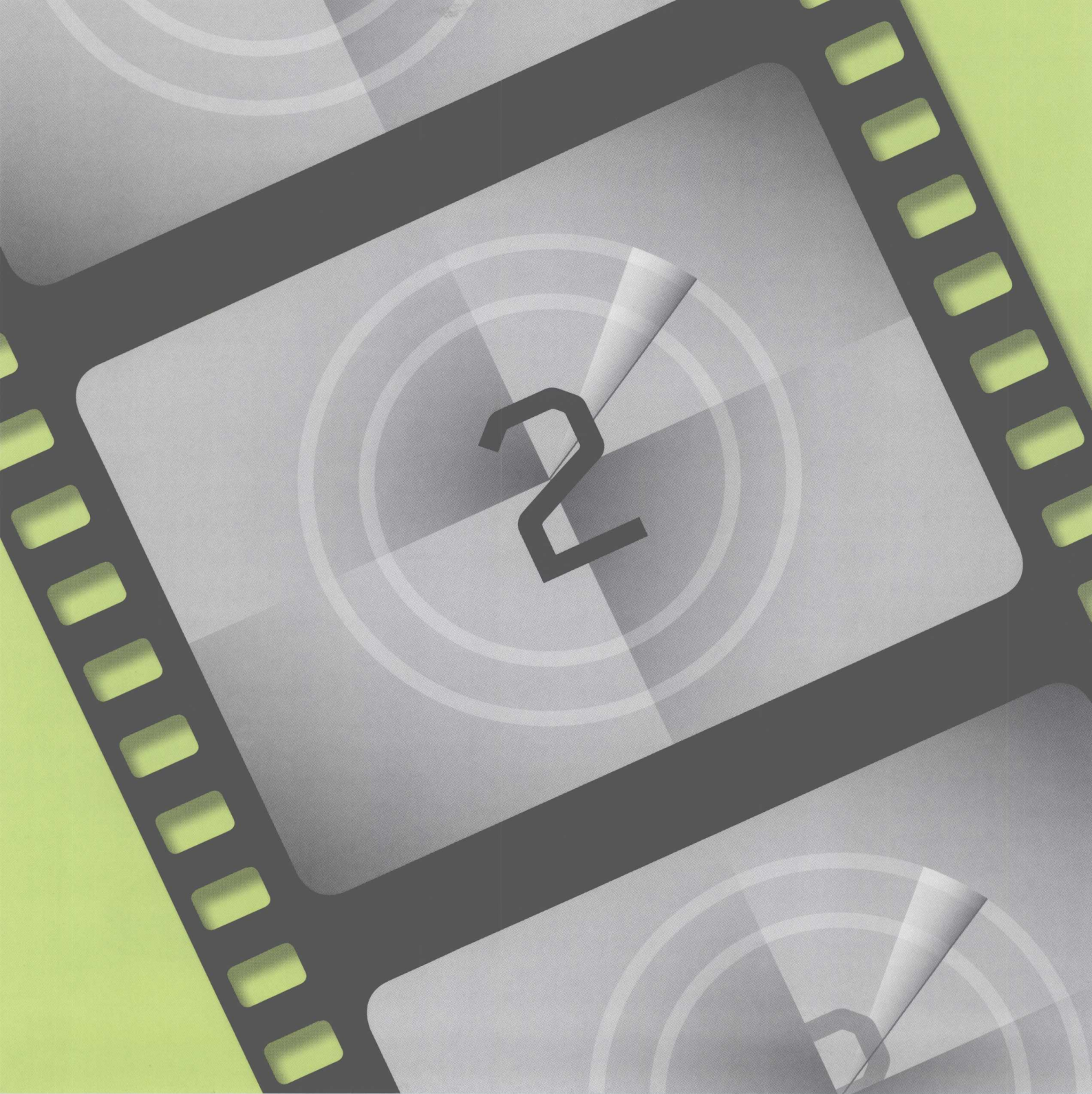
分镜头设计师了解建筑项目是很重要的，不仅要了解建筑设计图，也要熟知建筑的功能、目的和特点。此外，掌握建筑专业用语也很重要。所以对建筑行业的兴趣对于建筑分镜头设计师来说是有必要的。

② 鉴于做3D展现效果需要大量的时间,分镜头脚本中通常用观察角度和摄像机的移动来展现这种效果。分镜头设计师必须拥有从任意一个可能的角度去展现建筑物的能力。因此掌握透视方面的知识(详情请见第68页)是很有必要的。

网络上的工作 □

一些不寻常但非常有趣的工作有时候会来自意想不到的渠道。有时候，一个汽车制造商希望他们的网站上引入一个交互式的产品介绍，这样潜在消费者可以和那些汽车互动。分镜头脚本设计师会被邀请设计运动过程。这项工作对创造性要求很高，因为汽车制造商能提供的信息只有真实汽车的各个角度的照片，其余的都靠设计师的想像。幸运的是制造商会把这类工作委托给代理机构，那些代理机构拥有一个创意团队和艺术总监来准备材料。他们会和分镜头设计师联系并提供更多的相关视觉效果图。





第2单元

我需要掌握什么技能?

综述	34
第8课: 建立一个工作室	36
第9课: 绘画工具	38
第10课: 数码设备	42

我需要掌握什么技能？

想成为一名专业的分镜头脚本设计师，既要画得迅速，又要画得精确。本单元将指导你如何创建自己的工作室，配齐所需要的设备。如果你不是专业的脚本设计师，而是一名热衷于自己绘制分镜头脚本的电影制作者，技术不是很扎实，又想要表达自我、与人沟通，可以参考第74页的内容，那里介绍了一些实用的技巧，可以帮助你克服脚本设计的技术难题。



□ 绘画才能

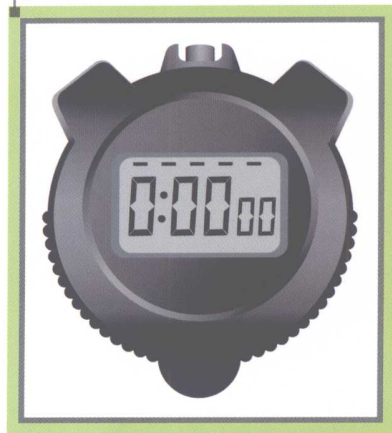
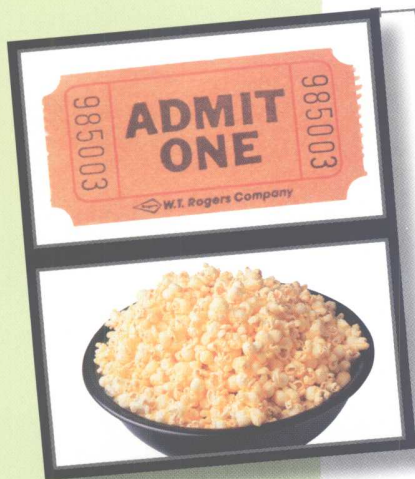
你需要对透视和解剖有深刻的了解，能凭着记忆或参考材料画下速写。能画出极其写实的真人分镜头脚本，能够重现已经确定的角色并为动画片提供设计风格。

□ 速度

不仅要好，还要快！你会在压力下工作，期限很短，任务很重。在开会的时候，就应该迅速抓住和理解创意，并进行速写，在工作室中也一样，必须行动迅速。

□ 电影知识

对电影历史知识的海量掌握必不可少，因为在工作过程中，同事会不断地提起任何时期任何片子的风格、速度、色彩和结构。因此，让你的生活充满了电影吧，看电影，聊电影，爱电影，时时更新电影知识。一般说来，经典影片和现在的热门片是最常被提起的。



技术 □

必须了解你的工作环境——制作团队中每一位成员使用的语言、限度、潜在价值和不同职能。如果没有一定的了解，就无法做好沟通，无法了解导演的意图，无法找到解决问题的方法。



□ 组织能力

组织能力非常重要，包括对工作室、时间和财务等方面的组织安排。可能你的截稿日期非常紧迫，也可能你是一名自由职业者，必须靠自制力来确保按时交稿——或者找到下一份工作。还有可能，你同时辗转于多项工作之间，既要灵感四溢，又要井然有序——总之一句话，请增强组织能力。



轮到你了

提高绘画技巧和速度的唯一办法是反复练习。比方说，可以迅速地把电视中的画面画下来。你应该养成随身携带速写本的习惯，这样不管走到哪里——坐在咖啡厅或是火车上——都方便将人物与他们的举止记录下来。



□ 团队协作能力

从本质上说，分镜头脚本设计师不能完全按照自己的意愿创作，他仅仅是一个“画手”而已。到底能发挥多少创造性，取决于工作的性质。不过大多数时候分镜头脚本设计师都在视觉化别人的想法。即使是自己能力很不错，也要慢慢学着接受别人的意见，同样在截止日期前完工。毕竟，团队协作至关重要。



第8课 建立一个工作室



电影



电视



广告



游戏



动画

工作室不是一个单纯的工作空间，它必须经过完善组织规划，里面有日常需要的设备和工具；有足够的、用来存放参考资料和完成作品的储藏系统；还有用来存放发票、收据和信件等的账目系统。通过分类与规整，才能在你需要的时候，轻松找到一切想要的东西。

当然了，有一个工作室（或者一间类似功能的房间）是再理想不过的。如果没有这样的条件，起码应该有一张工作台，可以在上面进行创作，即使中途离开一下也没关系，回来还可以继续。如果连工作台都没有，走的时候还要把作品收起来，那就太麻烦啦。鉴于工作空间的限制，有些工具可以精简，只保留必需品即可。而不管在哪里工作，你都将在那耗费大量时间——因此工作空间务必舒适和方便，一切需要的物品随手即得。

如果你认识专业的分镜头脚本设计师，或者有机会参观别人的工作室，不妨留意他们如何工作和管理资源。不过，工作室并不是一成不变的，随着时间的推移，要求的明确，工作室也会慢慢变化，直到有一天，你终将创建出带有自己风格的工作空间。



截止日期和会议时间

在你的办公桌上始终应该摆一本质量上乘、实用的日历本。最好是一次能看一星期的那种，这样一星期之内的截止日期就一目了然了。

档案系统

不是每个人都能配得起昂贵的档案室，但是，为什么不试着利用壁橱或车库呢？重要的是你需要记住所有东西的位置。



当你不工作的时候

除了忙碌的工作，也请你考虑一下“闲暇时光”——那些没有太多工作的时候。在空闲之余，不妨做一些私人项目来提高自己的技巧，激发创作灵感。截止日期的压力和有限的资源，常常会压制你的能力，难以激发出极限发挥。久而久之，让人产生挫败感，觉得自己已经江郎才尽，没有创作的欲望和动力，也没有时间去完成想要完成的工作。因此，趁着时间的充裕放松身心，重新恢复你的创造力吧。



- ① 椅子 你会花很长时间坐在桌前。因此，请挑一把质量好、坐着舒服、并能够调节的椅子。
- ② 桌子 请尽可能挑一张大桌子，因为有时候你不只从事一个项目的工作，需要充裕的空间。
- ③ 电脑 请确保电脑便于使用，因为那是参考图片、标志的主要来源，也是与公司、同事联系，用E-mail传送材料的重要途径。
- ④ 台灯 经常在傍晚或夜间工作的你，需要有良好的照明设备。买一个好台灯是最佳选择。
- ⑤ 电话 很多工作流程的监控通过电话完成。因此，电话应该安放在触手可及的位置。
- ⑥ 绘画工具 保持所有绘画工具——尺子、三角板、纸张、马可笔——在触手可及的位置。不必临时寻找它们，也不该在紧急工作中途忽然发现某样工具用完了！
- ⑦ 立体声音响 在工作室里放一台音响，甚至是一台电视，可以打发工作之余的闲暇时间。
- ⑧ 通讯录 把通讯录和名片夹放在触手可及的地方——记得经常更新联系人名单，因为导演常常更换合作公司。
- ⑨ 日历 把日历放在桌上。如果有同事邀请，你可以方便地查到近期自己的工作安排和活动日程。
- ⑩ 文件 将参考资料、旧作品、发票和其他文件放进活页的塑料文件夹中，这种文件夹可以从任何一家文化用品店中买到。

第9课 绘画工具



电影



电视



广告



游戏



动画

分镜头脚本创作是目前唯一几项只靠纸笔就能完成大多数基本内容的工作。这是一项十分自由的工作,几乎不受地点的限制,你可以在飞机、火车或汽车的后座上工作。到了冬季,如果工作效率下降,也可以带上作品,离开小镇出去转转。

除了一些必备的绘画工具,其实真正需要的只是个人发挥。其中,最重要的两个因素是——速度和责任感。分镜头脚本的绘制讲究快速,因此选择的颜料应该是快干、量足型的。又因为分镜头脚本会被摄制拷贝,然后分发给制作团队的成员,因此绘制的时候应该确定该脚本能方便清晰复制。

你可以多尝试几种不同的绘画工具与手段,最后确定一种最适合自己的。

□ 框架模板

为了摆脱手绘框架模板的枯燥和费时,可以事先在电脑中画好不同的模板,随时需要,随时打印,方便快捷,节省时间和精力。



○ 防渗马克纸。

纸张

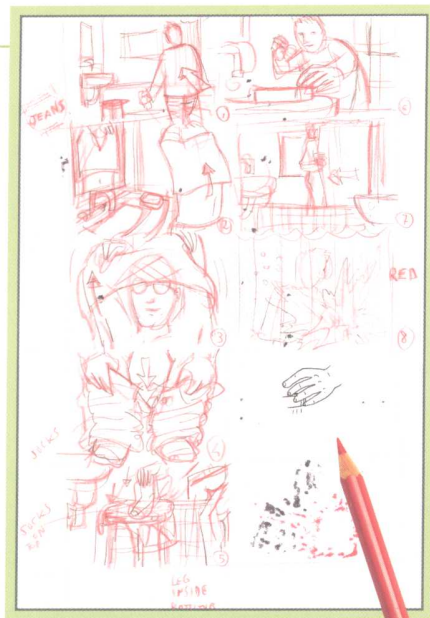
建议使用信纸大小的拷贝纸。不贵,而且可以在任何办公用品商店买到,便于扫描和传真。也可以使用来自美术用品店的特殊纸张(比如Letraset牌漫画版面纸、防渗马克纸或者摹图纸),这些纸张都呈半透明状,方便描摹前一张速写中的图像和照片。



○ 摹图纸。

○ 普通拷贝纸。





用红色铅笔绘图

原始速写用红色铅笔完成，有以下两点好处：不需要灯光台，用普通橡皮就能轻松擦除多余的线条；摄像拷贝的时候不显示红颜色，可以简化善清工作。



铅笔

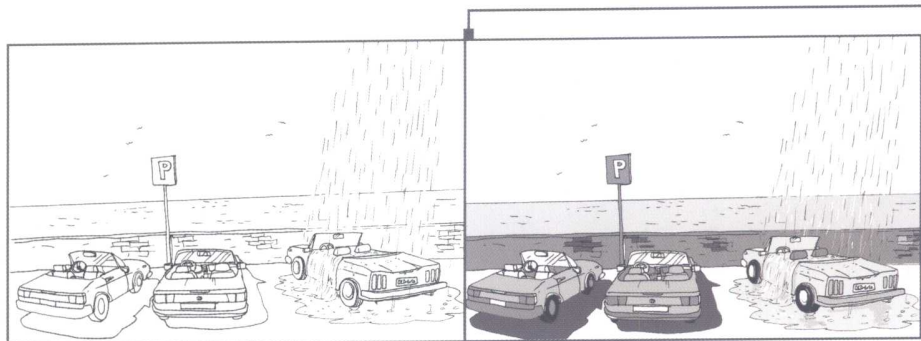
任何0.5或0.7的自动铅笔都可以。

尺子

尺子是不可或缺的工具。把它放在能随手够到的抽屉里，避免了四处寻找。它可以让我们与扭曲歪斜的线条告别。在旅行过程中，一把能够随身携带的小尺子是非常管用的。

贴士

为了避免在紧急任务的中途，譬如晚上或周末时间，碰到工具用完的尴尬，请准备充足的马可笔、钢笔、墨盒和纸张等绘画工具。



□ 灰色马克笔

使用暖灰色马克笔在黑白框架中增加阴影与深度。



□ 彩色马克笔 □

专业彩色马克笔好用、快干。大多数品牌都提供全系列颜色的马克笔。除了丰富的颜色，马克笔还提供多种型号的笔头。平常用细笔头（0.3或0.5），勾勒轮廓的时候用粗一点的笔头（0.7或1.0），大面积涂黑的时候用更粗一点的永恒记号马克笔。



可再装马克笔 □

马克笔的价格比较昂贵，而且不同颜色的马克笔，耗费速度也不同。因此选择可再装型马克笔，重点购买一些常用颜色的灌装液，可以在一定程度上节约成本。



贴士

更正画面中的错误，除了重新画整幅画之外，还有一些简单可行的小技巧。比如在需要更正的地方使用涂改液，甚至可粘贴上白色标签。



灯光桌或灯光台

通常，灯光台在誊清速写和描摹照片的时候可以大显身手——比如，需要复制某种特殊汽车或是产品的时候。市场上有一些非常好的灯光台，供摄影师们观看幻灯片。稍小一些的尺寸——大约21cm×30cm或A4纸大小——价格相对便宜。这种灯光台使用方便，即使用很长时间也不会过烫，而且比较薄（大概1cm）。另一些灯光台则非常笨重，体积很大。在动画制作中常用的是灯光桌，尽管不用的时候处理起来有些棘手。

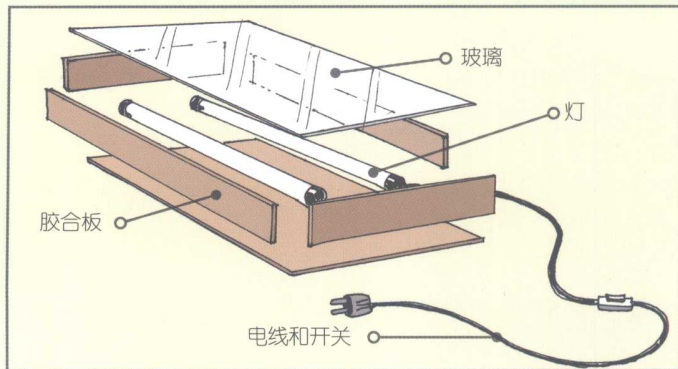
白笔

在一幅画中，使用白笔可以便捷地添加高光和细节。



如何自己制作灯光台呢？

如图所示，根据自己的特殊需要，用胶合板也能做出简单的灯光台。比方说，你想要做一个轻便的灯光台，能够随身携带的那种，那么台子只要比A4纸大一些就够了。台子上的遮板或玻璃可以从玻璃供应商或家具店中买到，也可以用树脂玻璃或不透明白色塑料代替。再加上一组卤素灯和一个简易开关，一个属于你的灯光台就大功告成了！



第10课 数码设备



电影



电视



广告



游戏



动画

近几年, 电脑在分镜头脚本绘制中扮演着越来越重要的角色。电脑的类型取决于你的预算, 以及想通过电脑完成哪些工作。

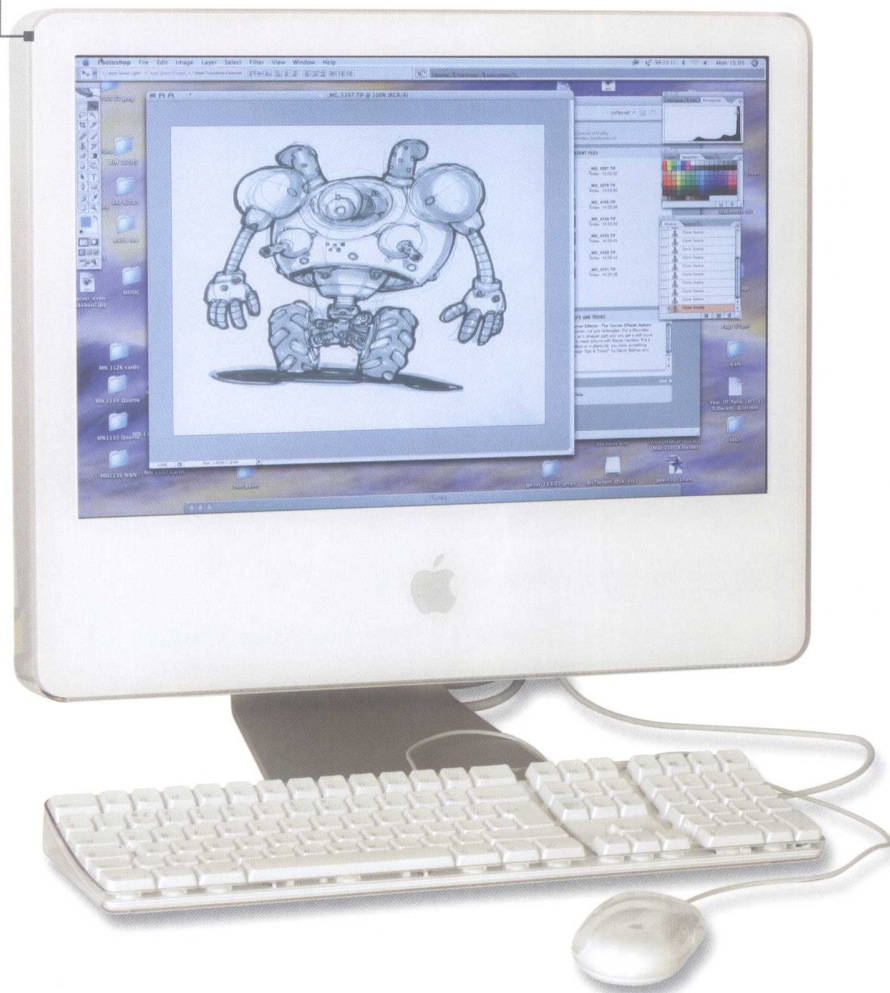
绘图板

如果你的电脑技术不错, 不妨考虑买一块诸如Wacom之类的绘图板。



电脑

电脑不是绘制分镜头脚本的必需品, 但在工作中绝对有用, 因为你要将作品扫描、调整, 最后通过Email传送给同事。电脑用来制作与打印框架模板也是十分有用(详情请见第38页)。关于电脑的类型, PC机或Mac机都无所谓, 哪种用得方便就用哪种。关于软件的选择, Photoshop是最常使用的制图软件。



□ 打印机和扫描仪

打印机和扫描仪两者都是必需的。目前市面上有一些多功能打印机，包含了打印、扫描、复印、传真和下载数码相机照片的智能读卡等众多功能，只需要一根USB传输线和一点点空间，你就相当于拥有了整个办公室。



□ U盘

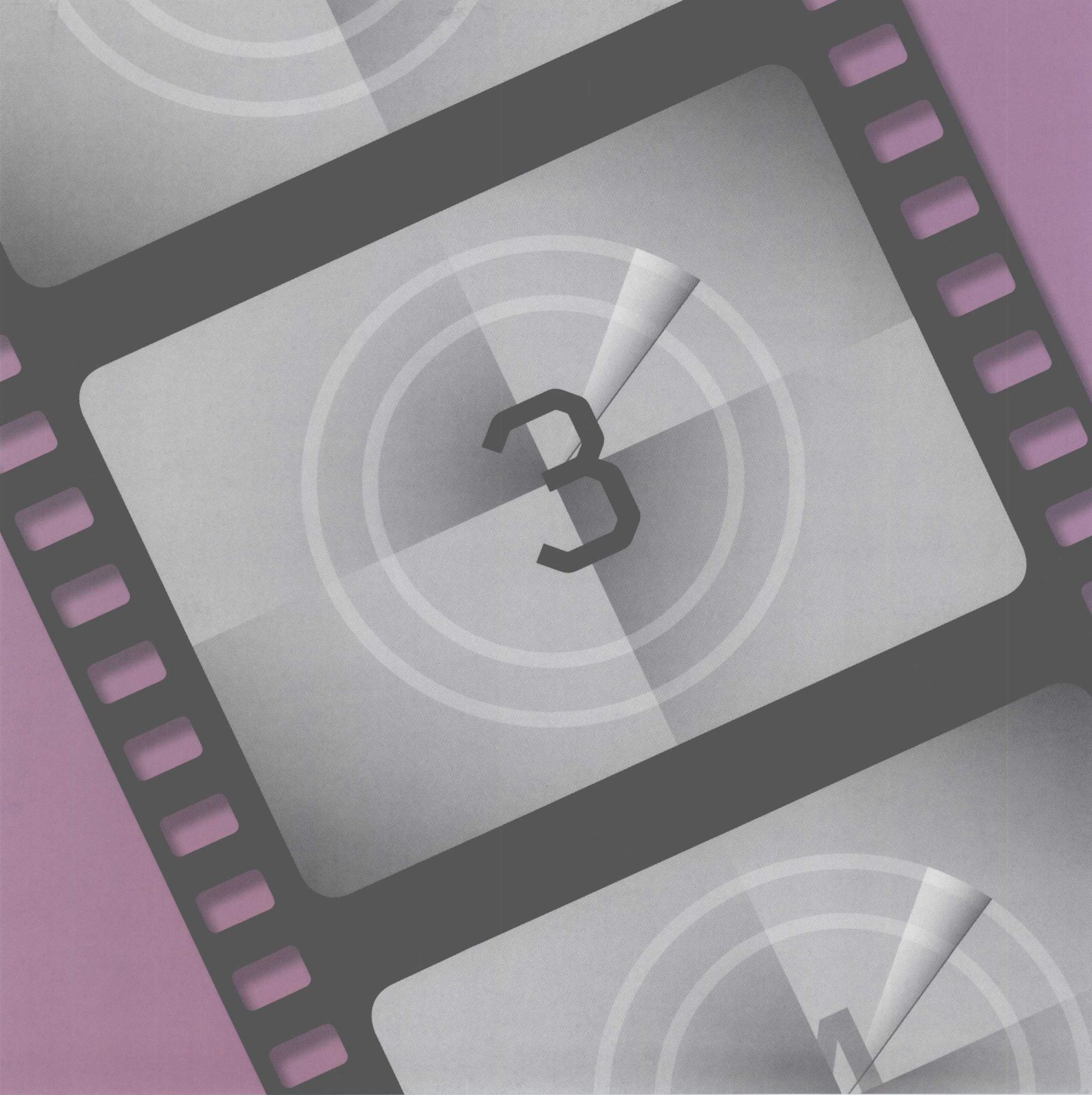
这种便携式终端硬件设备只有钥匙那么大，有不同的容量——128MB、256MB和512MB。如果你去旅行或参加会议，不想带沉重的笔记本电脑，带个U盘足以。你可以将最近的工作拷入U盘，随便连接到哪一台电脑，就可以继续工作。



数码相机 □

对于分镜头脚本设计师来说，数码相机是另一种不可或缺的设备。市面上有种类繁多的数码相机型号，你可以讨价还价，寻找性价比高的那款。一般来说，挑选数码相机有两个原则：第一是有足够大的内置浏览屏幕，不必拷到电脑中就能随时观看照片；第二是足够小，越小越便于外出携带。





第3单元

绘画技巧

综述	46
第11课：绘画风格	48
第12课：简单的形式	54
第13课：画面构图	58
第14课：人物绘画	60
第15课：透视基本知识	68
第16课：塑造个人风格	70
第17课：树立自信心	74

绘画技巧

分镜头脚本绘制中的很多技巧都可以通过学习获得，不过想进入这个领域，最好事先具备绘画基础。当然，不是每个人都能轻松画出任何东西——即使是最好的画家，在画插画的时候也会不停地参考其他图片。所以，不必为自己有限的绘画水平担心。事实上，知道自己的短处是一件好事，起码表示你已经明确了努力的方向。

锻炼绘画水平的最好办法是临摹。在临摹过程中慢慢领悟如何以最简练的线条表现主题，慢慢树立起对自己的信心。

构图和连贯

（详情请见第58页）

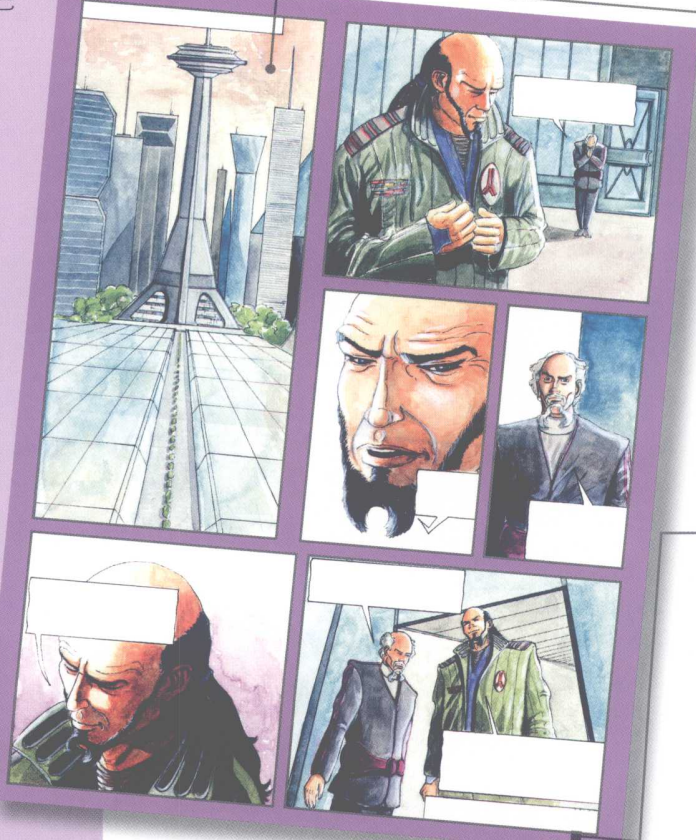
漫画家用电影镜头的方式创作他们的故事，在很多时候都具有很好的借鉴作用。请注意右边的一组图。第一幅图是人物的中景，第二幅图切换到酒瓶的特写，然后是对男人喝酒的一系列特写，最后收尾于环境的大全景。



对于分镜头脚本设计师来说，有效地运用透视是非常重要的绘画技巧。

视点

漫画家经常在使用极端的视角，比如仰视镜头（详情请见第99页）。分镜头脚本设计师也可以参考这些方法，创作出具有戏剧效果的构图。



科幻漫画和电影作品

很多漫画家都是科幻专家，拥有非常惊人的想像力。他们经常从事科幻电影方面的工作或进行特效设计。

贴士

多收集资料——漫画、绘画、插画、相册、杂志等各种形式的参考资料——基本上是只要能触发灵感的东西都可以收集。收集你特别敬仰的画家们的作品样本，学习他们的画作。如果可能的话，可以见见他们本人。有一部分分镜头脚本设计师是从画漫画起家的，因此在漫画展览会上，有可能见到来自四面八方的名人聚集一堂，举行见面会，或展示最新作品。最著名的展览会是每年夏天六七月间在加利福尼亚举办的圣地亚哥漫画展览会。很多艺术家对待画迷们都很耐心，如果可能，也乐意向他们提供建议和回答问题。

轮到你了

对分镜头脚本绘制感兴趣的画家，在启蒙练习阶段，可以尝试将漫画书的画面改编成分镜头画格。在漫画书中，画面的尺寸总是在变化，而在分镜头脚本中，画面的大小始终一致。你要学会如何将动作分配在尺寸一致的画面中，如何保持画面的连贯性。对于分镜头脚本设计师来说，这些技巧十分重要。

漫画展览会

在展览会上，除了出版商们进行漫画图书交易外，还有电影工业猎头们寻找具有才能的绘画新人，以及各家公司找寻新的能代表自己风格的画家。这是一个展示自我才能的好地方，不妨多与人联系，多展示自己的作品。



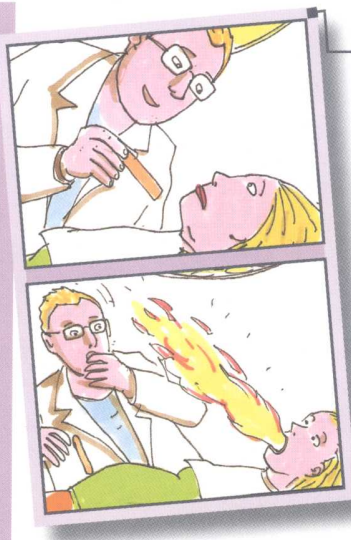
第11课 绘画风格



现如今，参考著名电影制作商所画的分镜头脚本相对简单：在大多数DVD中，选择花絮板块就能看到。尽管如此，还是要注意区别对待。故事片的分镜头脚本与广告的不同，不能全盘照抄。不过，电影收罗了强大的艺术家阵容，在鸣谢栏中可以找到他们的名字，然后通过网络搜寻。一般来说，大多数专业设计师都有自己的网站，并且把最新作品的样本公布在上面。

网络是搜寻广告分镜头脚本样本的一条捷径。比较电影和广告分镜头脚本的差异是很有意思的。如果你以此为划分依据搜寻不同的设计师，说明你已经明白了不同的制作机构偏好不同的绘画风格。

在广告公司的办公室中，经常摆放着常用的绘画工具；在储藏室中，则可以找到张贴在黑卡纸上的、以前绘制的分镜头脚本。从这些内容能够侧面了解到该公司的创作风格，比如Saatchi & Saatchi这样的大公司更偏好传统和经典的分镜头脚本（所谓的学院派）。因为大公司的办公室分布在世界各地，经常与全球客户合作，因此绘画风格应该让不同文化背景的人都能普遍理解和接受（详情请见第51页）。



□ 天马行空的风格

很多分镜头脚本设计师是从漫画领域转行过来的，不过，分镜头脚本和漫画不尽相同。广告的分镜头脚本要尽可能真实。它的目的是出售产品，是说服客户在广告投放上花巨资，因此，天马行空的风格也许不合时宜。

不同的风格

正如你所见，同一个画面可以有不同的风格。

画面 1

这种风格过于卡通，很多公司都不会接受。



画面 2

交叉线的使用不奏效——线条太多，反而使画面显得太“脏”。



画面 3

这幅画不错。尽管有些粗糙，但是有效，如果用马克笔而不是电脑画，速度会更快。



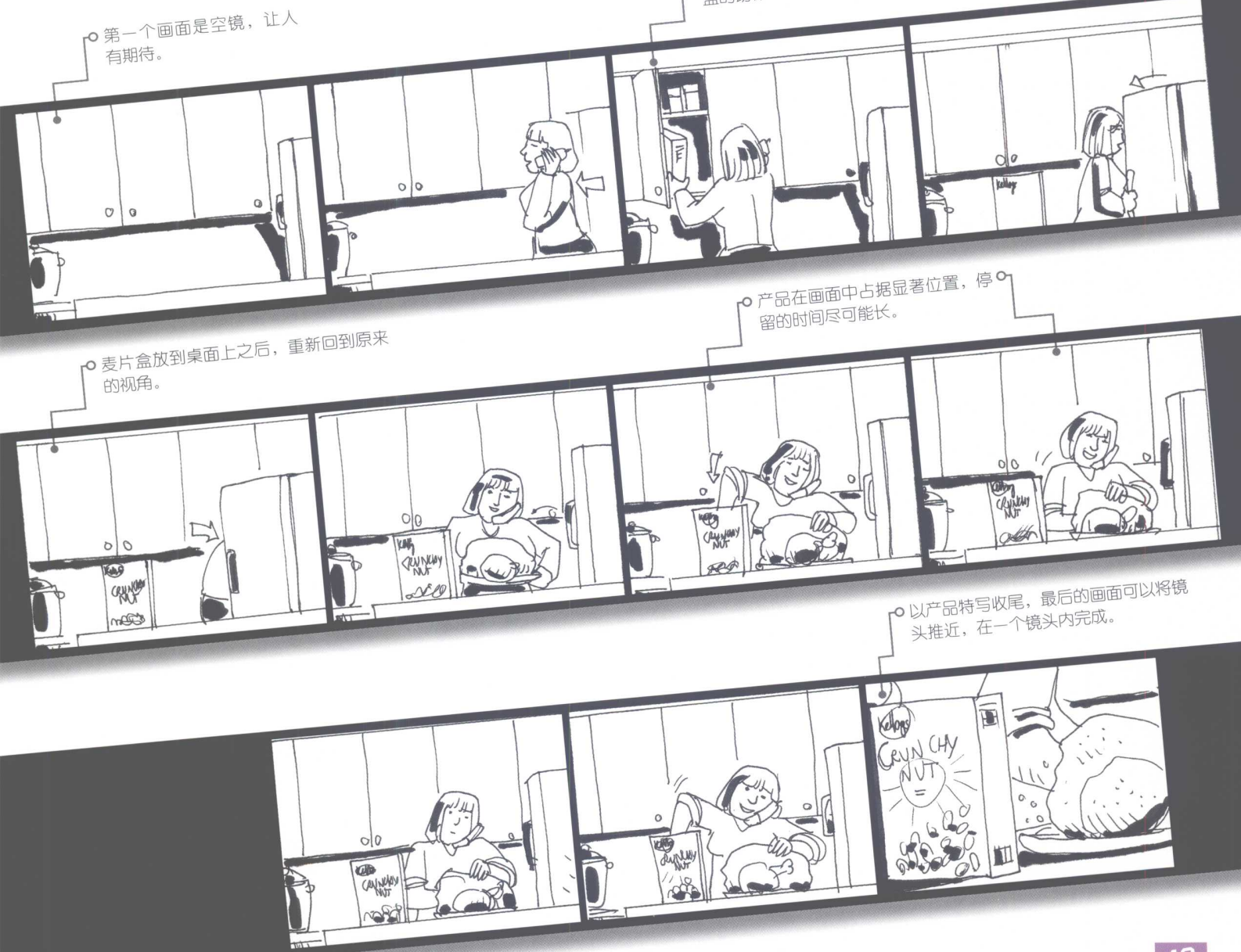
画面 4

这幅画是最好的选择——简洁、干净、一目了然。画分镜头脚本的关键就是“提炼”。



拍摄的风格

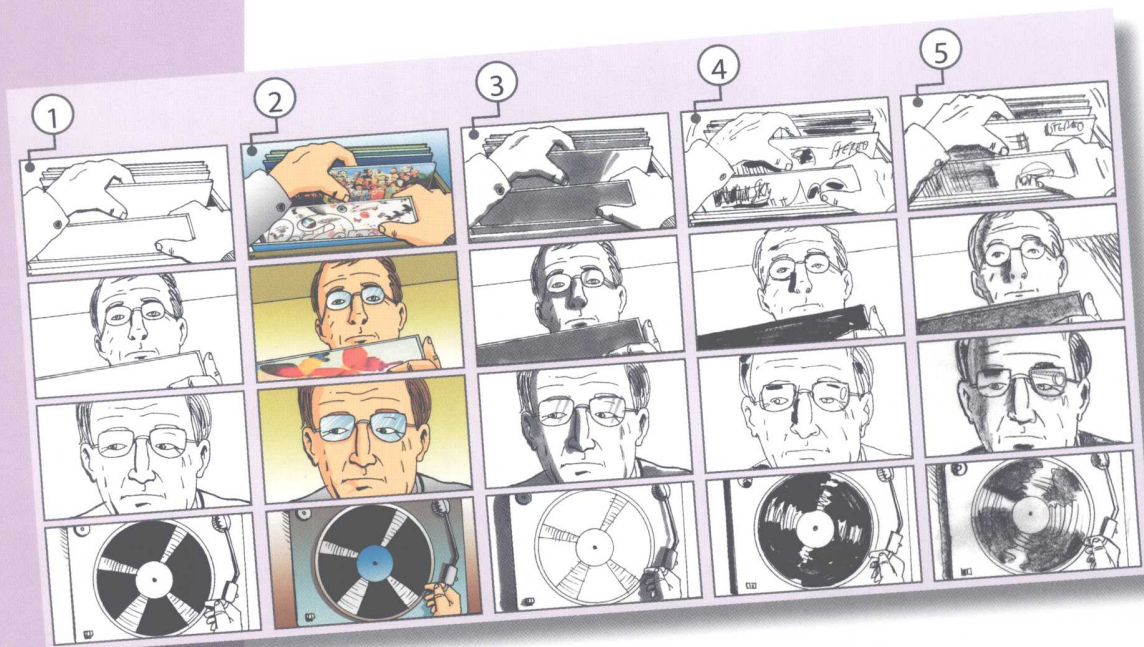
在分镜头脚本中，“风格”两个字，不仅指画面本身，还包括镜头的组合方式。同样一个场景，可以有多个机位，也可以固定一个机位。



动画片分镜头脚本的风格与设计师本人没有多大关系，而是取决于作品的要求。需要你对创作者的风格进行揣摩和模仿，能够迎合动画片中的特殊设计要求。这些做起来并不容易，因此，为了找到合适的人选，动画工作室有着一整套严格的筛选体系，可以说是百里挑一。

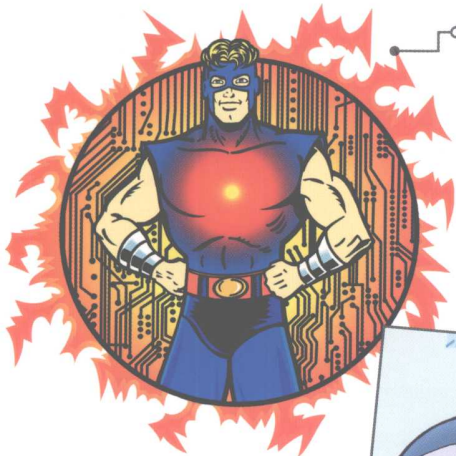
在下面的例子中，根据创作意图的不同，我们展现了绘制分镜头脚本的不同方式。比如，大广告公司通常提供更长的创作周期——除非案例迫在眉睫。在电影制作中，只有几周的创作时间——不过电影分镜头的工作量要比广告分镜头大得多。

- ① **黑白墨水**
简洁干净的黑白墨水稿，是比较通用的稿件。如果不清楚公司的喜好，使用这种形式的分镜头脚本是最保险的。
- ② **彩色墨水**
向客户提案，彩色分镜头脚本是最好的选择。不过为了“看上去好看”，你必须将大量时间耗费在填色上。在这里，上色过程是在Adobe Photoshop中完成。
- ③ **灰色调**
灰色调介于前面两种风格之间。在大多数情况下，这样已经足够精细了，向客户提案也没有问题。有时候，灰色调更适合展示，因为这样，客户就会把注意力集中在故事本身，而不是无所谓的细节。
- ④ **不同笔触**
同样是黑白墨水稿，但是使用了粗细不同的笔。与第一组画相比较，这一组渲染更加柔和。
- ⑤ **混搭**
这是黑白墨水和铅笔的混搭风格。容易操作，而且效果不错，经常用于电影分镜头脚本或上千张画面的绘制。



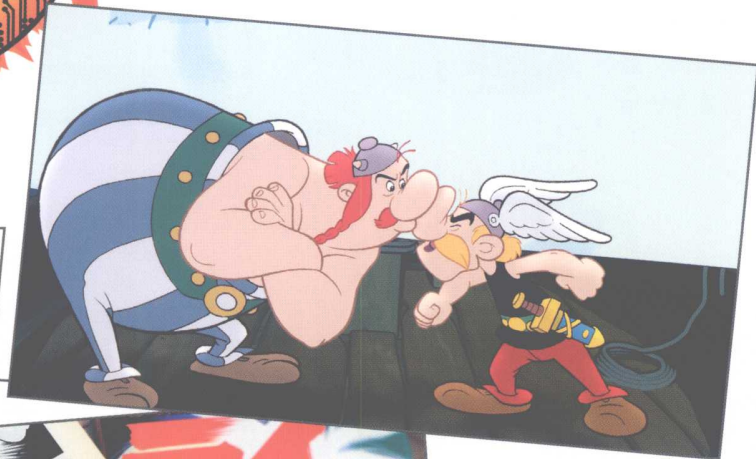
不同国度，不同漫画风格

美国市场充斥着超人漫画，导致夸张的形体、肌肉和动作成为主流。欧洲市场则更加现实，不同欧洲国家，风格也有不同，比如，西班牙和法国更为浪漫。意大利出版物的风格则偏向写实。



在美国市场，程式化的“肌肉男”占有主导地位。

在连环画中，法国以善于使用幽默著称。

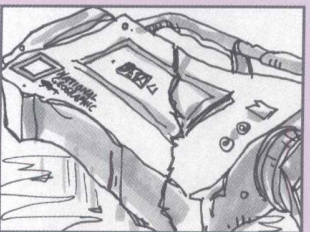
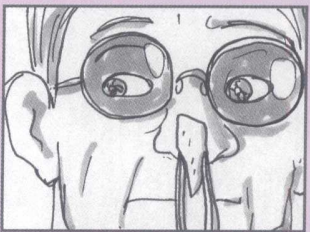
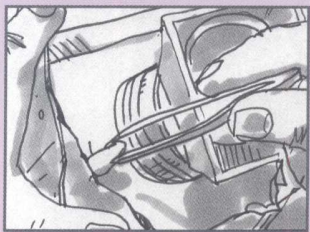
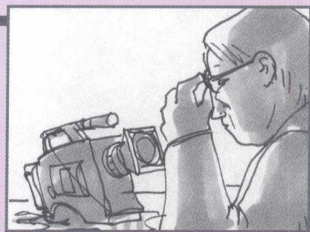


简单的黑白色

黑白墨水稿是最有效的风格之一，方便传真和摄像拷贝。

加上灰色阴影

加上灰色阴影，画面更显雅致，更有层次感。



亚洲的漫画，比如日本，与西方漫画相比，有着不同的叙事节奏。日本分镜头脚本的画面更多，而且对细节的追求近乎苛刻。

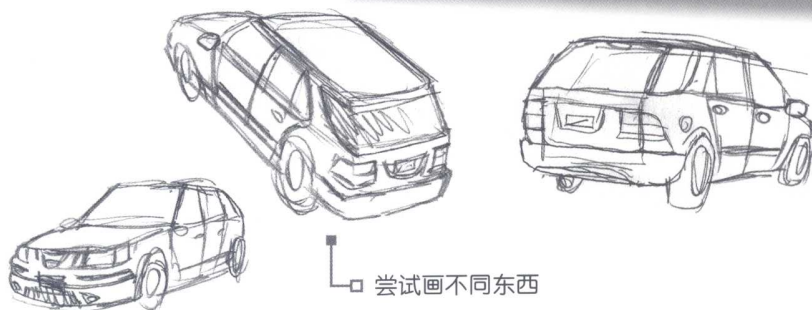
提高绘画技巧、形成独特的风格没有捷径可走，唯有不断练习——即使不工作，也要不间断地画画，让绘画成为一种习惯。如果创作过程中尚有不能表现的东西，那么就继续练习吧。很多画家认为画汽车很难。事实上，凭记忆画一辆车确实不易，即使天天都在路上看到那款型号的车，还是会忽略很多细节。然而，汽车是分镜头脚本中经常出现的角色，因此，你必须轻车熟路地驾驭它们。

养成随时画画的习惯，把自己在闲暇时间的所见所闻，所做所想画下来。日后翻阅起来别有一番滋味上心头，也许你会发现一张从来没画完的插画，或者从不相关的作品中找到灵感。

另外，每次看杂志的时候收集资料也是一个好习惯。书到用时方恨少，谁也不知道什么时候就会用上那些资料，比如，一张骏马奔腾的照片。说实话——如果没有参考资料，你能轻松地画出来吗？

漫画书店

漫画书店里面有很多进口书，或者通过书目，你可以订阅很多书籍。另外，网络是搜寻资料的好地方，那里有取之不尽用之不竭的资源。



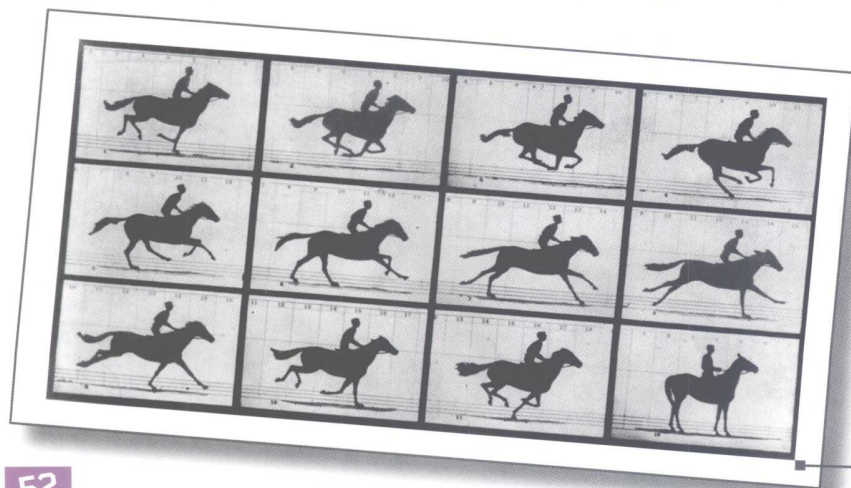
尝试画不同东西

如果你觉得画车很困难，那么就将从能找到的所有款型画下来，这样，你就能区分它们的基本形状和细节了。



多收集资料

展示动作和不同姿势的参考资料相当有用。建立一个私人图书馆——里面有关于动物、人、汽车、建筑等相关资料——将任何对你有帮助的东西都纳入其中。



跟着杂志做练习

想要画好人物姿势，建议多临摹杂志上的人物。那里有各种各样的姿势、动作。一段时间之后，你的能力将得到显著提高，从而形成自己的风格。



第12课 简单的形式

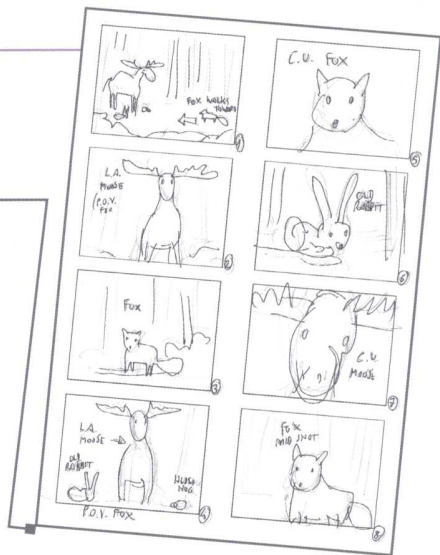
当导演为你指导、讲解画面的时候，如何用简单的形式进行流水化作业，快速画出大概的脚本呢？在接下来的几页中，我们将重点对此进行介绍。正如前面提到的那样，分镜头脚本设计师始终处于忙碌的状态，时间紧张，任务繁重，没有过多精力用于开会，因此，琐碎的会议越少越好。每个人都有各自的作画风格，重点是，即使是草图也要简明而扼要，别一回头，连自己都忘了画过什么。如果需要的话，请在画面旁边加上重要注解。

在分镜头脚本中，直到结束绘制工作，还是有很多东西是空缺的。比如说，某一个特定场景，并没有指明故事发生的确切地点。这个时候就没必要把背景画得那么实在，如右边的样本所示，抛掉所有细节，简化再简化。

为了养成简单速写的习惯，可以先参考照片（详情请参见第57页）。

在草图上作注解

请记住，导演很忙，联系一次不容易。因此，在商讨问题之前，先做好工作，把所有信息注解在图片边缘。



简单的形式

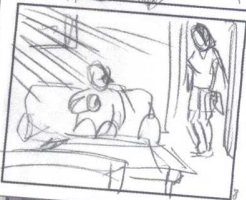
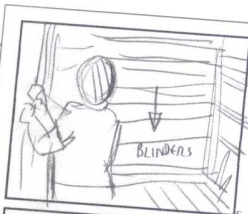
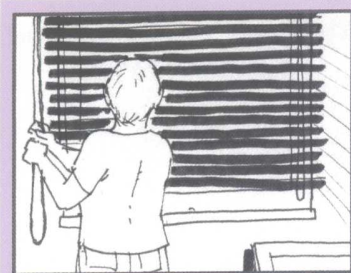
在草图中，角色的形体大大简化，圆圈代表脑袋，几根线条代表身体。



添加细节

在开会之后，或是下一场会议开始之前，将原来的草图补充完整。





草图

练习得越多，下笔越精准，草图会越来越明晰，也越来越接近最后的成稿。

画面的顺序

草图可能以任何顺序排列，因此，要记住为画面标上序号。



节省时间

尽量保持草图的整洁，这样不需要拿出很多时间誊清稿件，可以大大提高效率。

完成的分镜头脚本

在成稿中，画面的顺序必须正确，因为上面不再有序号标示。

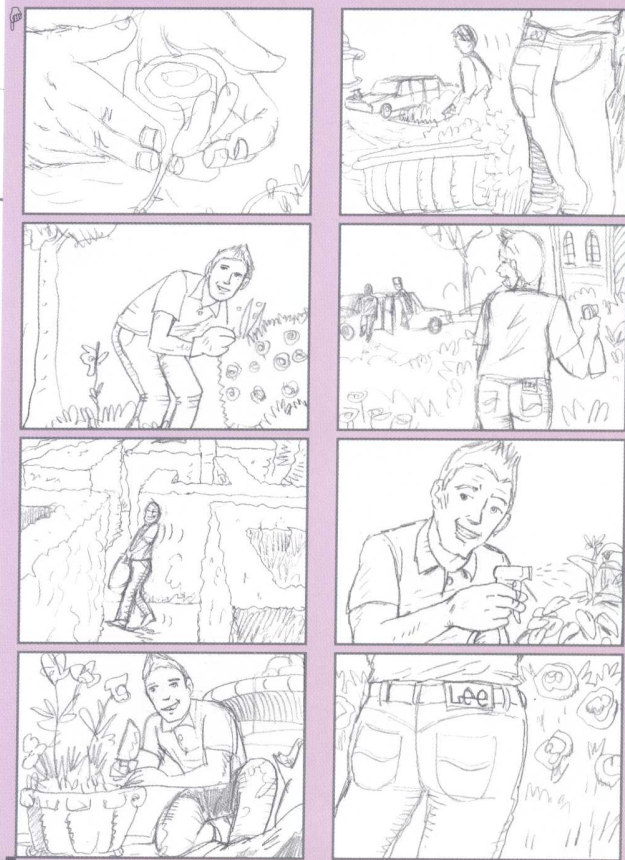


□ 速写第一稿

与导演或创意小组的其他成员第一次见面之后，他们可能会把你的速写翻拍作为参考。这时候，不用急着誊清画面，耐心等待他们的意见和建议，然后把意见融合进去，做进一步修改。

□ 拷贝

不用害怕复制粘贴原有分镜头脚本上的画面。在广告业，这种现象很普遍，因为多数稿子催得很急，当天布置，第二天就要交稿了。



□ 使用铅笔

第一次见面会之后需要跟进更清楚的速写，也许是最精细的版本。因为这个时候电影导演将与制片人碰头，商讨影片的进程问题。不管怎样，没人强迫你在会议的过程中完成速写，会后还有修正和润色的机会。因此，建议使用铅笔，修改和调整起来更快、更方便。

轮到你了

为了习惯用简单的形式画画，建议参考照片。请一位朋友帮忙，把该画的先拍成照片，然后以最快的速度，把照片转变成草图。接着，抛开照片，继续对草图进行修饰，完成终稿。借用这种方法，你应该能够慢慢习惯简化图形，用寥寥几笔勾勒出要表达的所有信息。

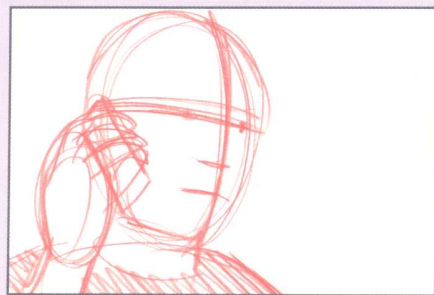
□ 1 照片组

设计照片的顺序，想象自己正在拍摄一部电影。如下图所示，开始是一个中景，慢慢地推进，变成特写。



□ 2 从照片到草图

回看数码相机中的照片（如果已经下载到电脑，就可以看屏幕），根据照片飞快地画下速写。



□ 3 从草图到素描

这时候，利用灯光台，在原有简单形状的基础上，临摹草图并风格化，将其转变成简单的素描。



第13课 画面构图



电影



电视



广告



游戏



动画

分镜头脚本的构图很重要。在很多情况下，分镜头脚本设计师只是为制作团队提供参考指导，只要画面清晰、明确，各项元素看上去和谐就行了。画面中的元素，未必会原封不动地照搬到电影中去，因而不需执著于一些无关的细节。

不过，有些时候，为了构图上的平衡，有可能添加一些额外元素。这些元素可能会激起制作团队的灵感。最后，你的建议可能被场景设计师采纳，真地出现在电影中。

□ 不平衡的构图

在这幅图中，右手边一大块空白让人觉得画面不够平衡。



□ 平衡的构图

添加的树木并没有喧宾夺主，反而更加突显画面的主体（人物）。



□ 头部的位置

一些构图的基本规则需要非常明确。人物前面所留的空间，通常比后面的多。比如，处理一个人物讲话时的近景，侧面45°拍摄，习惯上不会把人物放在正中间，而是偏向一边。为头部预留空间的多少，也是极端重要的，直接影响画面的感觉。



□ 用照相机构图

借用照相机进行构图练习，可以提高自己的构图技巧。在取景器的帮助下，迅速对画面作出判断，剪切掉不需要的部分，调整好主体位置，反复练习之后，慢慢地把创建好构图变成一种本能。久而久之，快速构图能力就增强了。



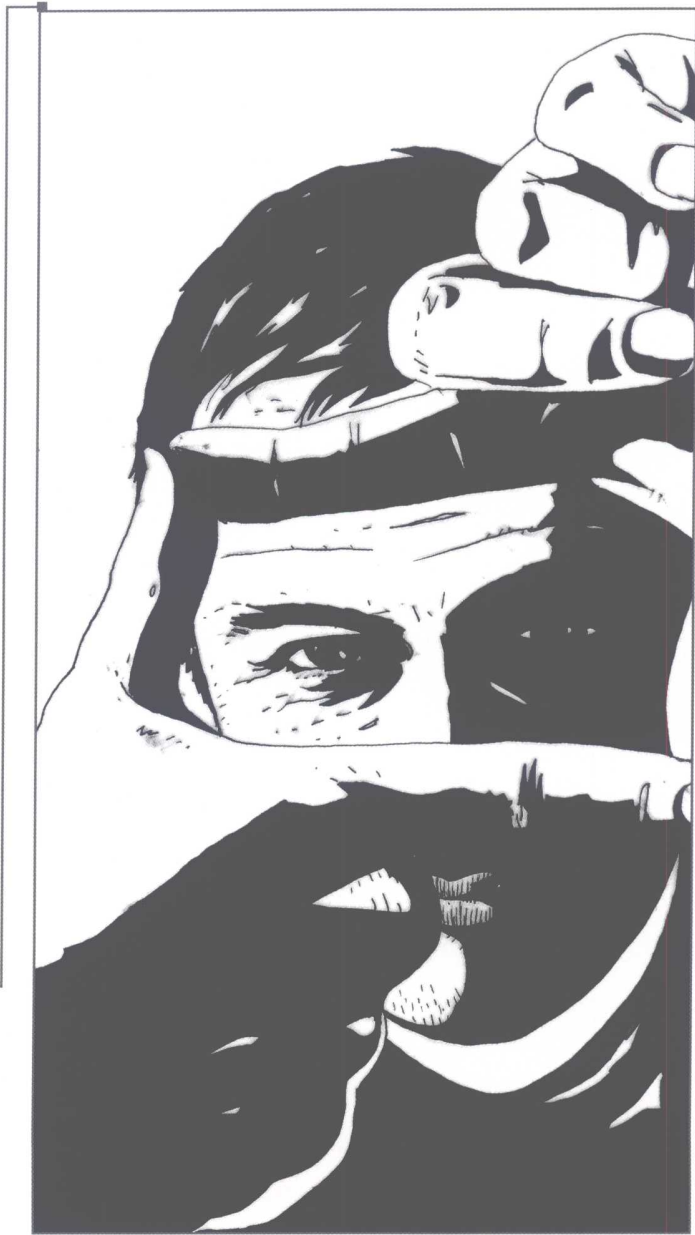
□ 导演的取景器

导演在拍摄影片的时候，为了找到最完美的构图，会先用取景器取景。



框住一个场景 □

这个手势是不是很熟悉？导演们经常把他们的手搭成这样，用来“取景”。这是最简单的办法，通过四个手指头就把一部分元素隔离出来，创建出好的构图。你也可以试试，框下一个场景之后，凭着记忆快速地把它画下来。



第14课 人物绘画



电影



电视



广告



游戏



动画

作为一名分镜头脚本设计师，画人体是必修功课。不仅需要把人物画出来，还要自如地体现人物的姿态和年龄。俗话说，熟能生巧，画人体也一样，必须多练习，才能收放自如。

起步阶段，先跟着艺术教程或医学手册中的标准人体样本学习，了解人体各部分的比例，以及男性与女性在形体上的差别。

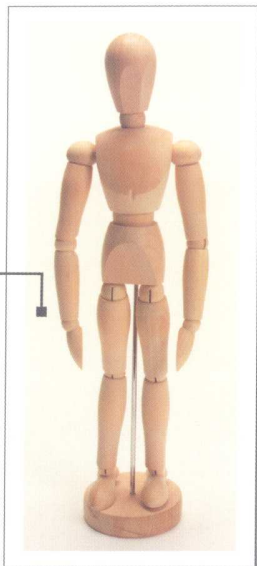
最好的解剖类书籍是医学院学生所用的教程，大型书店均有售。市面上还有很多针对学生的指导书，里面有大量的运动人体照片与插图，也可以作为参考与借鉴。

如果有机会的话，最好用真正的裸体模特写生。你可以咨询当地的艺术类院校，看看它们是否开设了人体写生课。有些大学不能开放所有课程，但是允许外人上且仅上一节课。

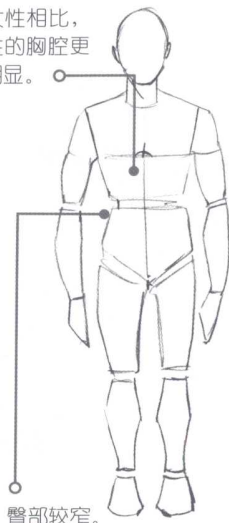
当绘制运动中的人物时，艺术用的人体模型大有用处。这是由金属丝串在一起的木块组成的，身体的每一个关节都可以运动，能够摆出各种各样的造型。而且，人体模型的形状简单，有助于你理解如何将人体简化成简单的形式，方便快捷入门。在大多数美术用品店和工艺品店中都能买到人体模特，有多种尺寸和价格可供选择。

男性

人体模型不分性别，只能凭你的观察与经验在画面中区分男性与女性了。



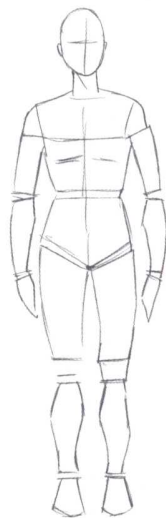
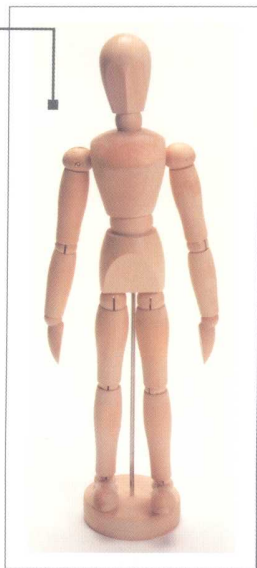
与女性相比，男性的胸腔更为明显。

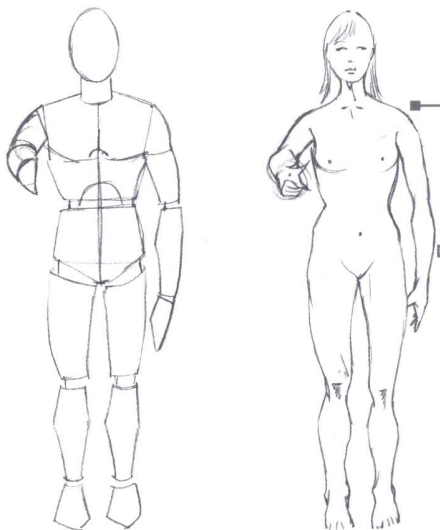
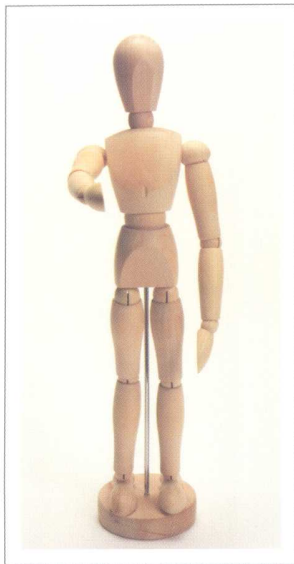
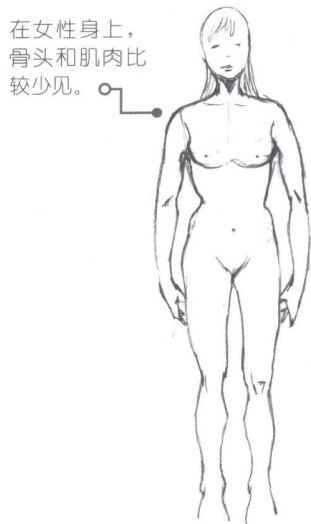
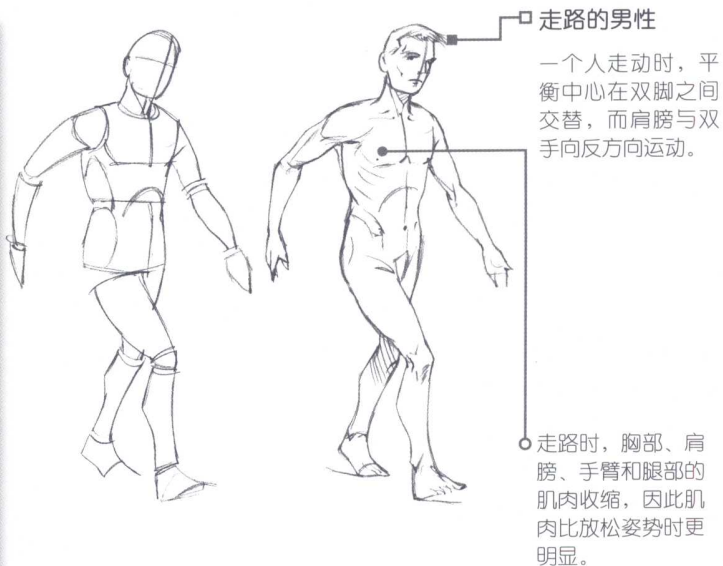
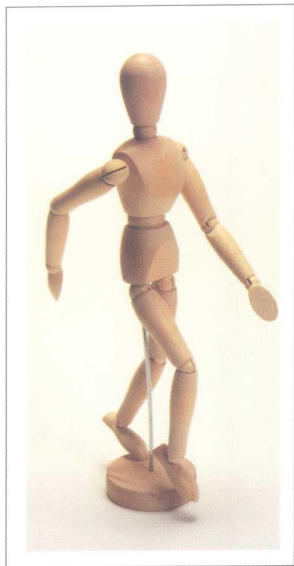
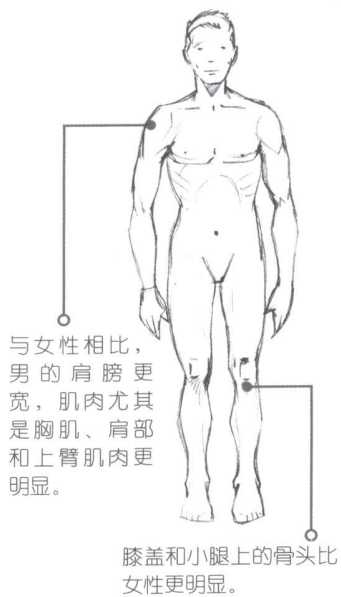


臀部较窄。

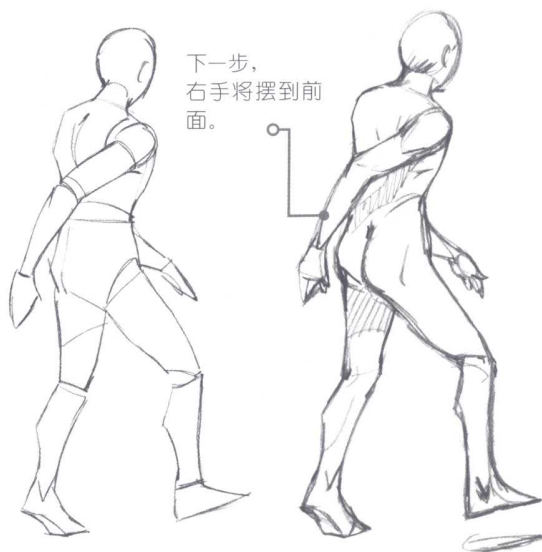
女性

“标准”的女性，与男人相比，肩部窄而且下垂，臀部更宽，脖子更长，胳膊稍微细一点。当然，人与人千差万别，女性之间也不尽相同——消瘦的女性骨架突出，而圆润的女性，只能在特定的关键点，比如膝盖、手腕和足踝上看到骨头。





熟悉了人体的基本结构之后，就可以尝试更多运动姿态。通过不断地练习，用寥寥几根线条概括出不同类型的人体和不同状态的姿势。在设计分镜头脚本的时候，人体的形式是简单的，但务必准确。比如，在人体奔跑的画面中，我们既关心他/她的形体结构，也关心他/她的运动姿势，这些都要在终稿画面中体现出来。

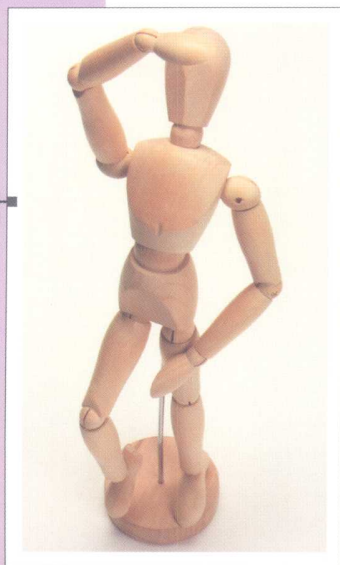


走路，后视图

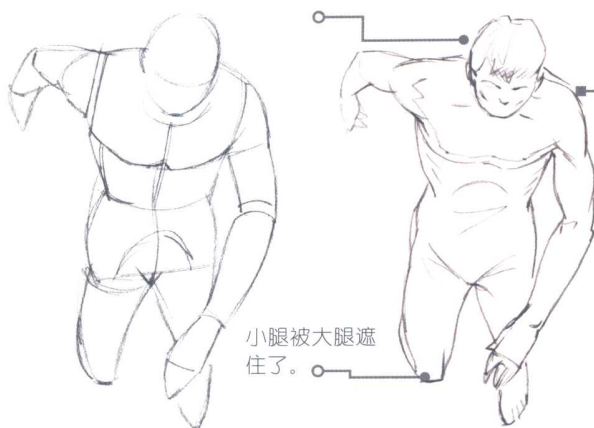
这幅图清楚地展示了通过双脚转移平衡中心后身体的运动方式。

仰视

这是在特定故事情境中的一幕，步行者在行走的过程中眺望山冈，思索接下来会遇到什么困难。



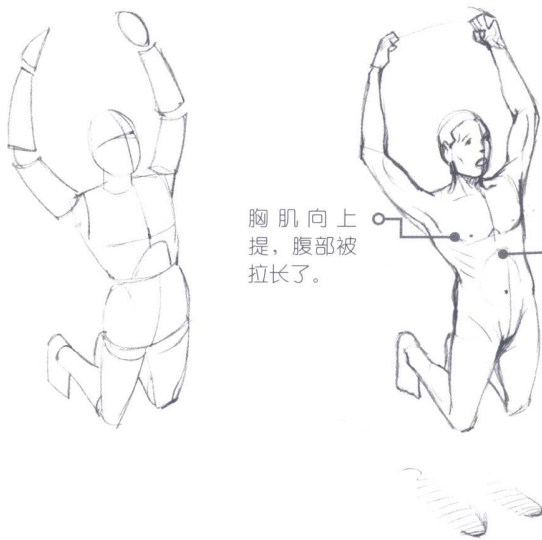
头部、肩部、手臂离观众越近，越显得比身体其他部位更大。



小腿被大腿遮住了。

□ 步行者，俯视

如果想从普通视角转换成特殊视角，首先需对透视有所了解。

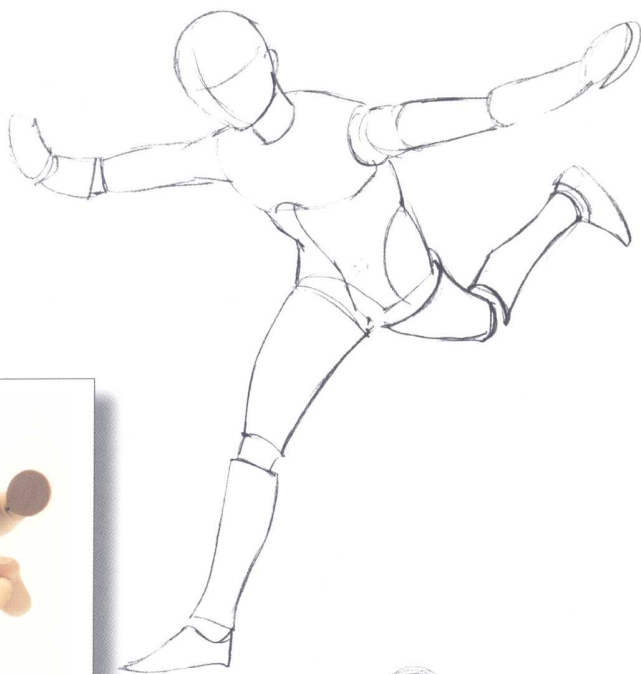
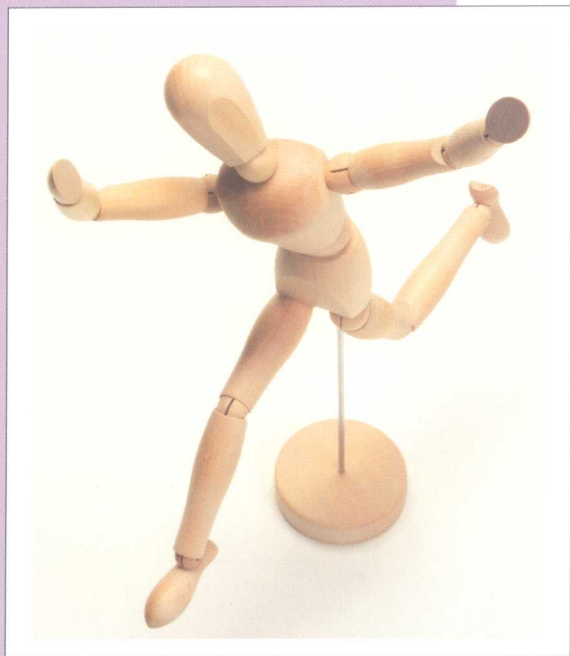


胸肌向上提，腹部被拉长了。

胸廓肌肉分明。

□ 跳跃

与人体模型的姿势很接近，但是，如果懂得解剖学知识，会让画面更加可信。



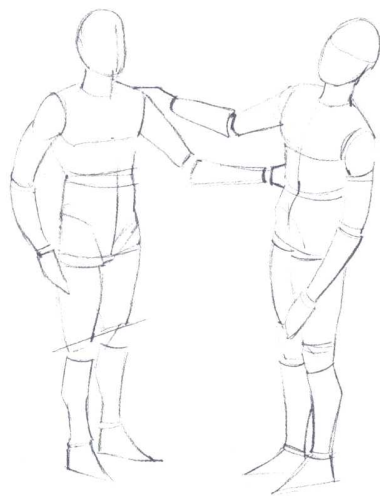
奔跑 □

在奔跑姿势中，跑步的姿势因个人习惯、脚步大小的不同而不同，但不管如何奔跑，如何保持平衡都是至关重要的。这幅图展示了一个夸张的奔跑姿势，有些跑步者，则更倾向于双臂抬升、手肘弯曲、双拳握紧的姿势。



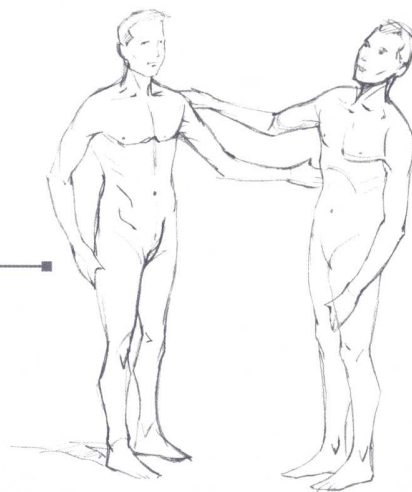
两个奔跑的人 □

这是一个有故事情节画面。显然，两个人正在赛跑，不过从他们脸对脸的姿势看，这是一场友好的赛跑。



确定关系 □

在这个画面中，从两者的姿势可以看出他们的关系，他们正在互相致意，或许是提供建议、给予祝贺或安慰。



绘画参考资料

画人体时，初学者最容易犯的错误之一是：忘记了人是有重量的。因此，画出来的人都是轻飘飘的。

避免这些基本问题的关键依然是：练习、练习、练习。在这里，我们提供几种练习的方式。首先，在前面已经提到过，照相机是很好的辅助工具。

其次，学习意大利文艺复兴时期伟大艺术家们的作品，比如达芬奇的作品。从他们的作品，特别是他们的雕塑作品，你能感受到大师们对人体是多么了解。这是多年积淀、练习的结果。

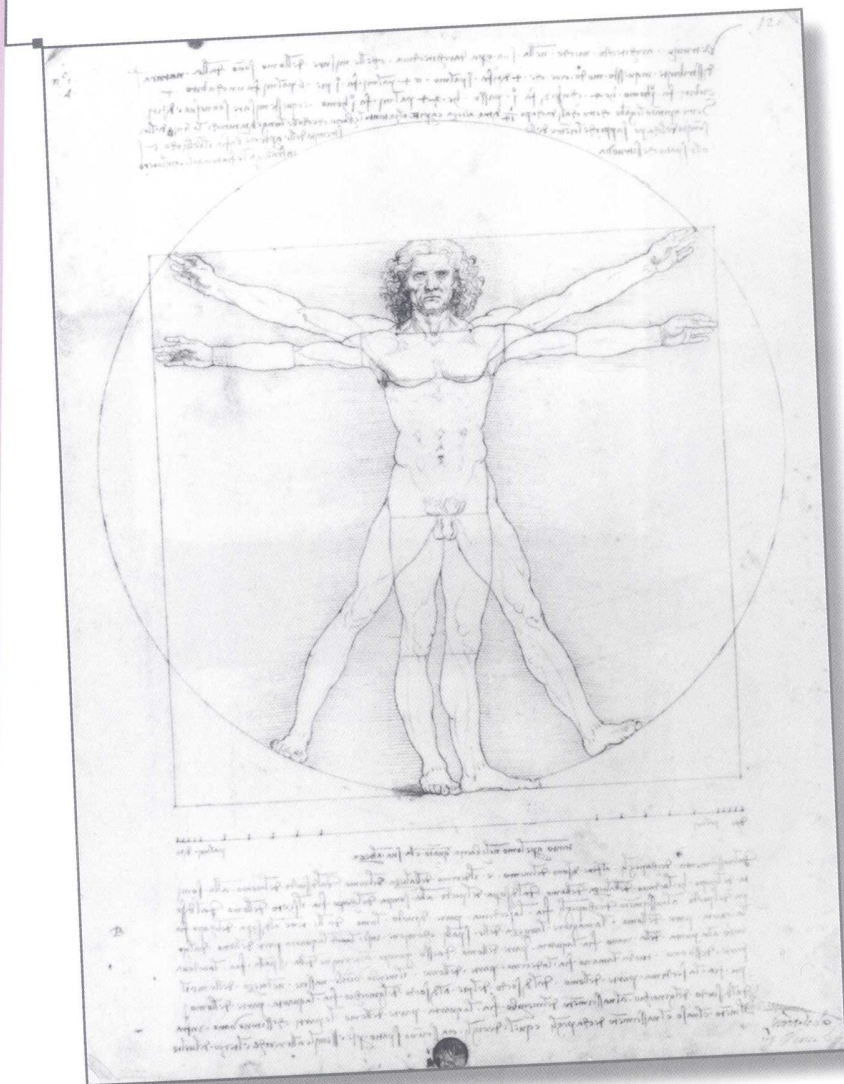
第三，从不同角度、不同姿势入手，深入学习、深入练习，会取得更长足的进步。比如，从上面和从其他角度见到同一个人，会有什么不同呢？

第四，多在脸部刻画上下功夫。很多艺术家的工作台上都有一面镜子，这样随时都可以通过镜子研究某一个特别的面部表情。

最后，尽管在分镜头脚本上用得不多，如果你有空余时间的话，尝试研究一下阴影。如果需要创作概念艺术，对人体结构和投影方式的掌握是大有裨益的。

达芬奇的速写

从达芬奇的速写中学习人体解剖知识。达芬奇精于绘制人体，留下了上百张人体插画。





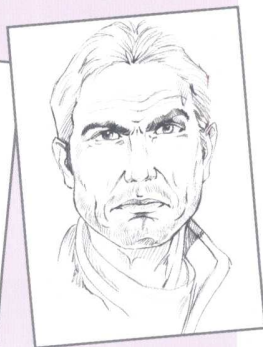
□米开朗琪罗的速写

米开朗琪罗花费大量时间研究裸体人物，因此，能快速完成一幅作品。请看他的速写，留意大师对解剖知识的演绎。

轮到你了

来做一个有趣的练习：从报纸或其他资料中找一幅照片，做一些变动，比如使其老化，创造出同一个人的不同版本。这种练习的目的有两个：第一，精确个体面部特征，不管做什么变动，都让人知道是同一个人；第二，将面目特征简化在有限的线条之内。

这是一项屏幕分镜头脚本工作者应该具备的技能，因为大多数时候，有上百幅画、大量角色要完成，没有化烦为简、去伪存真的能力是不行的。



第15课 透视基本知识



电影



电视



广告



游戏



动画

分镜头脚本设计师需要掌握的另一项重要技能是学会透视画法——在二维平面上体现三维物体，或者说创建有纵深感的物象。我们可以通过下面的例子，加深你对透视的理解：

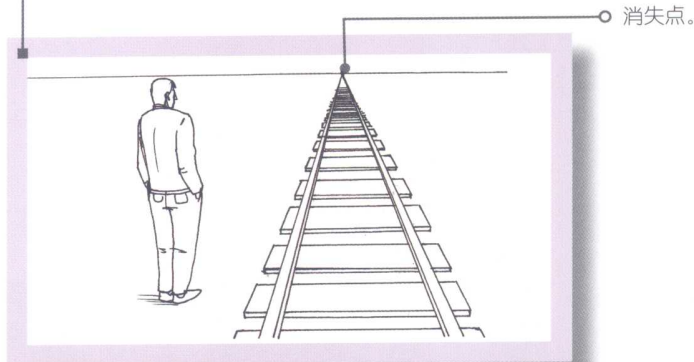
如果在两张纸上分别画两个人，看不出谁近谁远——如果把两个人放在一张纸上，就会产生一个人比另一个人更靠前的感觉。由此可见，创建纵深感，只要有两个人相同尺寸和形态的人就可以了。将其中一个人的尺寸缩减，就能给人更远的感觉。

阐释透视最经典的方式就是看铁路。事实上，两条铁轨应该是平行的——但是，在画面中，为了给人距离感和空间感，两条轨道会产生一个“消失点”。这就是所谓的一点透视，因为两条轨道汇聚于一点。

当把同样的理论作用于更复杂的物体（能同时看到两面的物体，比如，房子的前侧墙）时，每个面都有一个不同的消失点，因此被称为两点透视。

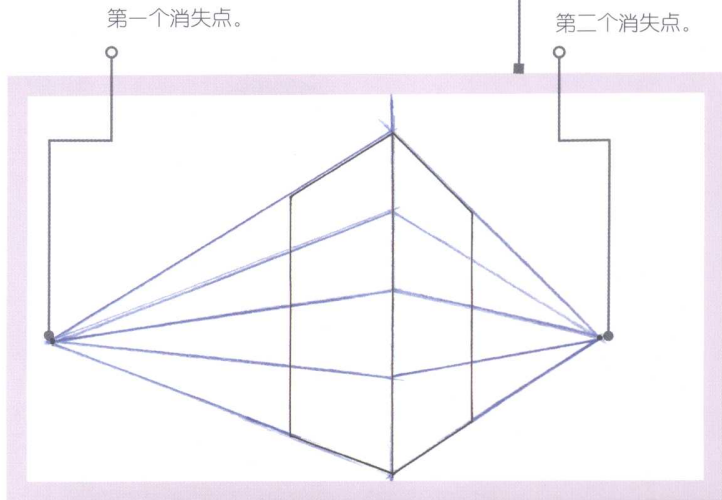
一点透视

在这里，我们可以看到最经典、最明显的一点透视：两条铁轨向远处延伸，最后融合在水平线上某一个假想的“消失点”上。



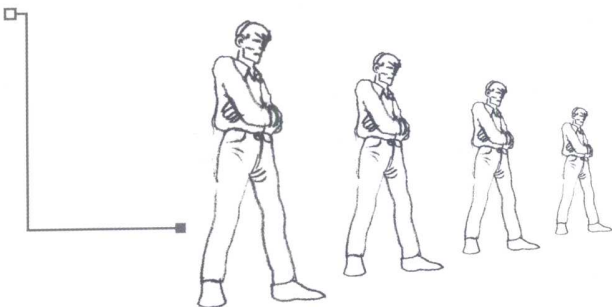
两点透视

因为我们生活在三维世界中，大多数看到不只一个平面，所以还存在两点透视。两点透视有两个消失点，分别在水平线的不同位置上。通过两点透视，我们能在二维平面上模拟出三维效果。



改变大小，从而改变距离

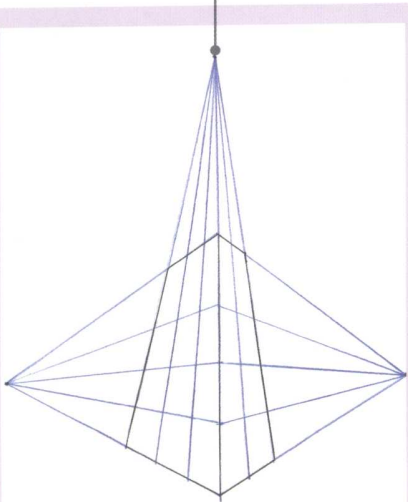
人物的尺寸越来越小，给人的感觉是他离我们越来越远。



三点透视

三点透视考虑到上面或下面、长度和宽度。运用三点透视，我们可以创建出俯视（详情请见第102页）和仰视（详情请见第103页）画面。在两点透视的基础上，三点透视多了一个上面或下面的第三“消失点”。这个消失点的位置，取决于我们观看物体时站立的位置。

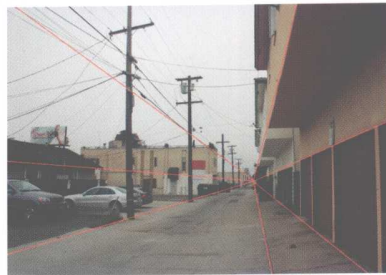
第三个消失点。



轮到你了

为了更好地理解透视，你可以在照片中寻找直线物体，比如，屋顶或人行道，进一步寻找它们的消失点。下图中的红线交点，就是所谓的消失点。

通过数码相机，你也可以深刻了解镜头倾斜度和拍摄角度对画面透视的影响。学会变化镜头角度是很重要的。在绘制分镜头脚本时，有时候运用角度变化，不是真的想达到那么夸张的效果，而是起到强调某一部分镜头的作用。比如在分镜头脚本中使用一个低角度的镜头，唤起制作团队对这个镜头的充分重视，尽管之后，他们可能依旧以平常角度拍摄这一镜头。



第16课 塑造个人风格

作为一名分镜头脚本设计师，你应该塑造干净、简洁的画面风格。干净、简洁的风格，不仅能提高工作速度，而且能够在截稿日期紧张的情况下，留下更多的修改时间。

随着工作时间的推移、工作经验的增长，几年之后，个人风格自然会逐渐确立。当然了，练习得越多，绘画就越熟练、越有自信、越得心应手。正所谓“熟能生巧”，练习是一个长期的过程，即使是绘画大师，一段时间不提笔之后也会觉得手生。如果你从外面度假回来，会发现画画的速度变慢了，这是每个人都有过的经历吧。因此，最好的办法是随身携带一个速写本，随时记录下吸引你的东西，时刻保持练习。

另外，你应该了解其他设计师是如何工作的，时刻保持商业敏感。一般说来，商业与纯艺术是不同的，工作室不希望分镜头脚本设计师执著于精细、艺术的风格。非主流画风可以适用于漫画行业，但是在分镜头设计行业行不通。

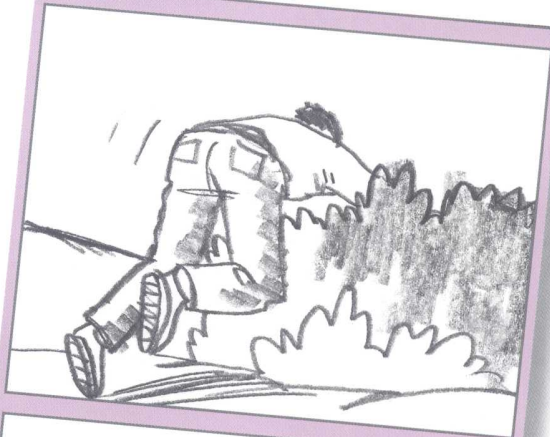
同样的画面，
不同的工具

一名优秀的分镜头脚本设计师拥有种类丰富的工具。你可以使用不同的工具绘制同样的画面，以便熟悉各种工具的效果。

使用简单的黑色
细马克笔。



使用绘画铅笔。



使用不同粗细的
黑色马克笔。



电影



电视



广告



游戏



动画



这种绘画方式线条太多，看起来很乱。

同样的画面，不同的技法

即使使用同一种绘画工具，改变绘画技法，也能体现出截然不同的画面效果。下面两张图都是用黑色马克笔绘制的，但是绘画方式不同。



简单的绘画方式是最有效果的。

贴士

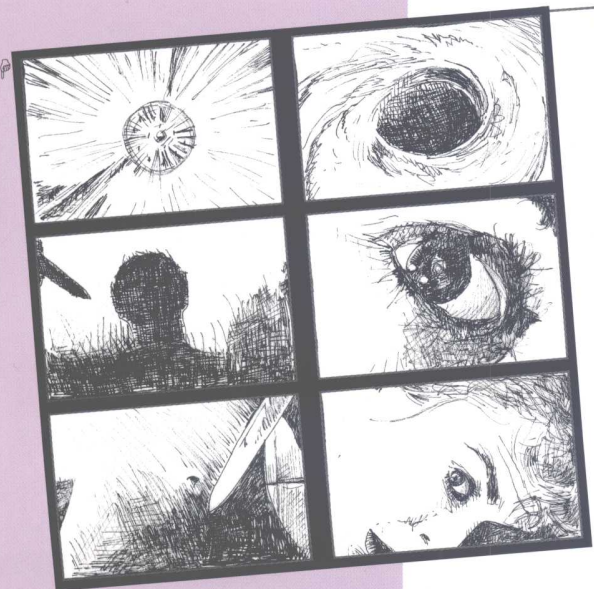
用大号马克笔勾勒主要物体的外轮廓，该物体就能从画面中突显出来。不过，切忌在分镜头脚本上画蛇添足。通常，我们没必要对分镜头脚本进行过度润色，因为很有可能增添上无用的细节，反而弄脏画面。画面的精细程度，视工作时间而定。



下面介绍一个塑造个人风格的有效方法。首先画一张插画；然后用最快速度复制它，不假思索、信笔拈来。到一定程度，你会发现笔触变得自然了，画面变得简洁了，物体还原成为基本形态。

对于艺术家来说，细节是很重要的。因此当你初学分镜头脚本的时候，往往容易拘泥于细节，对画面过分修饰。其实一名分镜头脚本设计师并非如此。

分镜头脚本设计师是一个多面手，能根据不同任务、不同要求变幻出很多风格——尤其对于专业的分镜头脚本自由职业者来说。

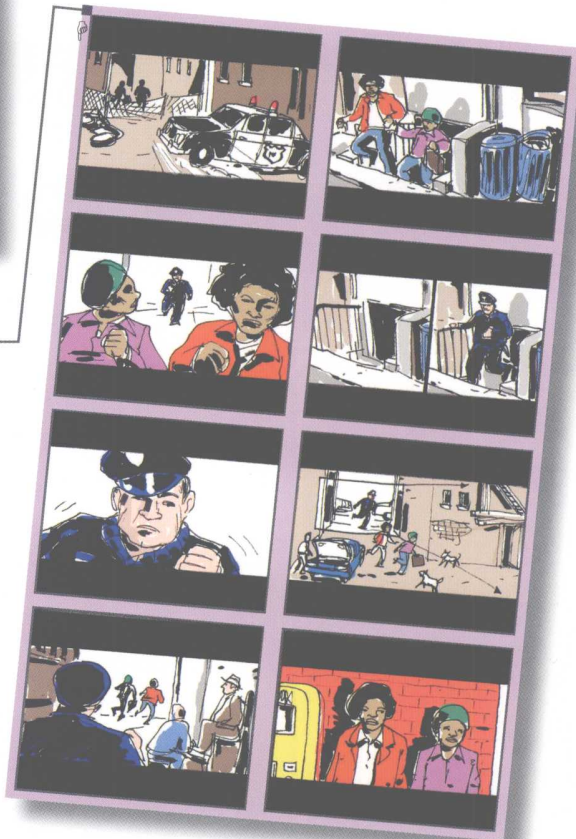


加入颜色

这个为电视广告设计分镜头脚本想追求20世纪70年代的风格。大块黑色区域用黑色马克笔填充，剩下的颜色在电脑上添加完成。

活用线条

为了以较快速度完成简练画面，分镜头脚本设计师只用了一支铅笔，然后用交叉线和十字交叉线表示形体和打在脸上光线的方向。



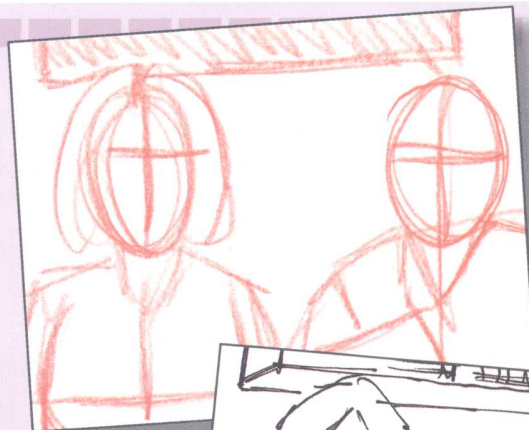
营造雾化效果

这个分镜头脚本进行了对风格和构图的尝试。塑造风格的另一个好办法是从著名电影中拷贝系列画面，这同样需要长期不懈的练习。在左边的分镜头脚本中，设计师只使用一支铅笔，用交叉线和十字交叉线营造出雾化阴影和图案。

轮到你了

同一个画面，同一位设计师，使用不同的工具，仅仅加以技术上的小变化，就可以衍生出不同的风格。用马克笔画出来的线条，与用铅笔或笔刷画出来的线条大不相同。因此，想塑造自己的风格，首先必须掌握不同工具和技术。积累一定经验之后，你就能得心应手地使用各种工具，并且组合出最佳效果。在练习之初，建议你用不同工具，如铅笔、马克笔和钢笔，画同一幅图，由此比较不同工具的不同效果。这种比较有利于你在将来的工作中，为不同分镜头脚本挑选出合适的绘画工具。

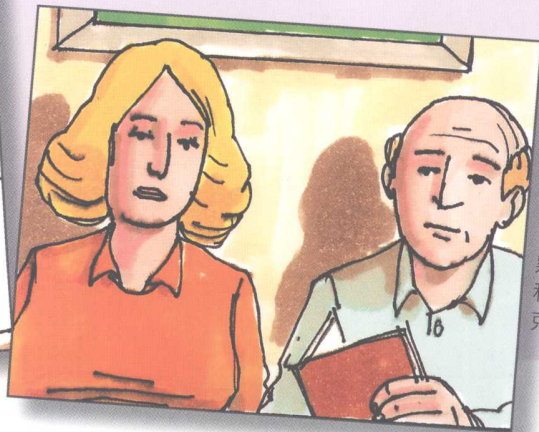
然后，你可以尝试以最快速度在同一幅画面中使用不同工具。当然，这不是一场速度赛，光有速度是不行的；重点是要学会如何磨练技术和如何提高效率。通过练习，你可以在速度和质量之间找到一个平衡点。

用红色
铅笔画
草图。

铅笔速写。



黑色钢笔速写。

黑色钢笔和黑色
马克笔。黑色钢笔和褐色
马克笔。黑色钢笔
和彩色马
克笔。

第17课 树立自信心



这一课专为那些需要树立绘画自信心，并且期望以绘画谋求机会的人而设立的，当然也不能指望通过一个周末的学习，就变成米开朗琪罗。精湛的技艺需要艰辛的努力，以及长期不懈的练习才能获得。尽管有时候，画一些简单的草图就能进行沟通（通常适用于导演和摄影师），但是作为一名分镜头脚本设计师来说，这是远不够的，你需要创造出更真实的画面。

对于绘画初学者，建议从临摹别人的作品开始，比如临摹漫画。这不是剽窃，所有艺术家都或多或少经历过，即使是有名的漫画家和艺术家，也会临摹别人的作品。临摹是完善作画风格、学习不同绘画技术的途径。那么多优秀的艺术家和作品，你完全可以从中学到很多东西，了解他们是如何工作的。

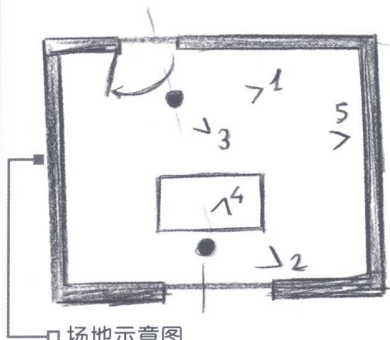
临摹照片也是学习绘画的传统方法之一，从照片入手，可以增强你对现实和比例的感觉。事实上，如果你有一台数码照相机的话，不妨先把想画的东西拍下来，然后再用画笔进行复制。

铅笔画和钢笔画的比较

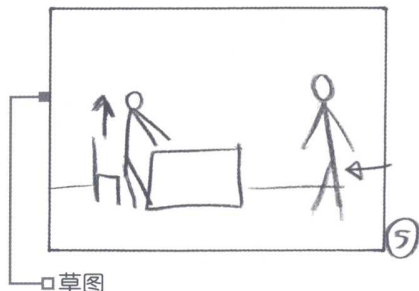
一开始，可以选择某张照片，用铅笔进行临摹，体验一下画一张脸究竟需要细致到什么程度，需要涉及哪些细节。然后，用钢笔/水笔对完成的铅笔稿进行誊清，描线。如果你不习惯用钢笔/水笔，也可以省略后一步骤，因为有时候分镜头脚本对画质的要求不那么严格，光用铅笔绘制也是可以的。

电影语言

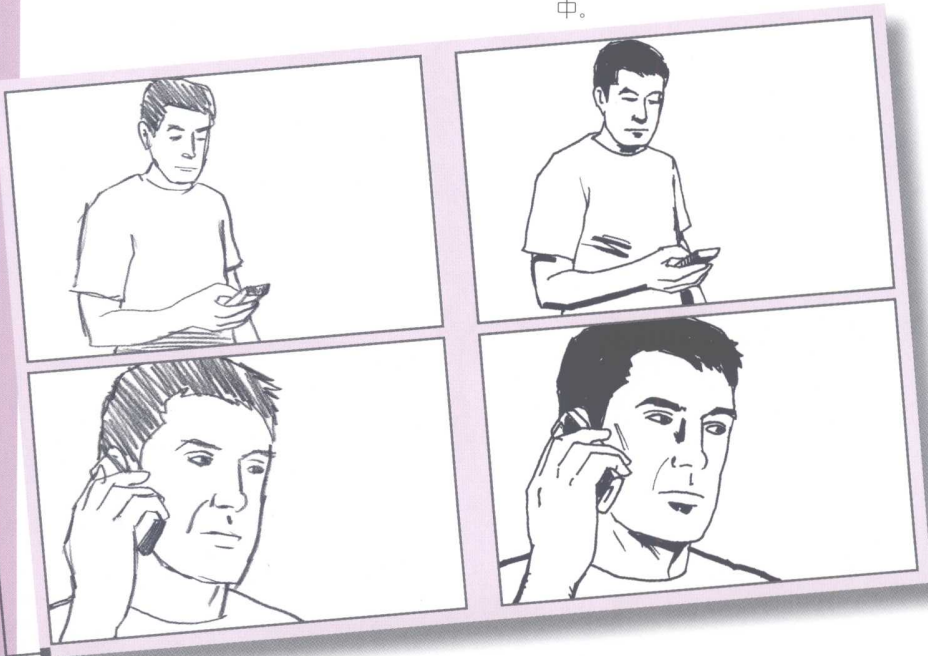
并非人人都是高手，都能达到专业级绘画水准。你可以不是大师，但是创作的分镜头脚本起码要让大家看懂，能够准确表达导演的意思。各类媒介拥有自己的语言，首先基于对电影语言和技术了解，才能读懂摄影导演在会议或制作过程中使用的批注与代码。



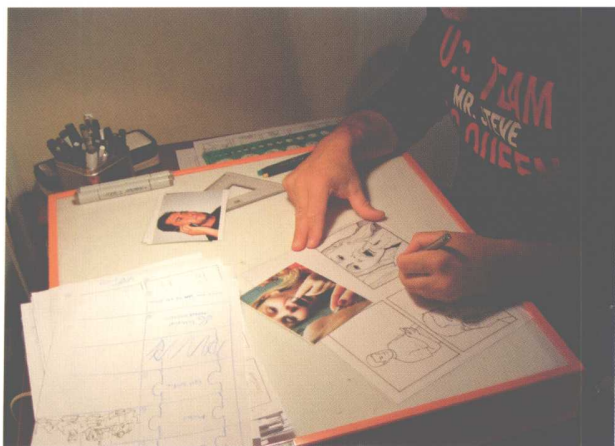
这是很多摄影导演或导演规划镜头的方式。画面上的数字代表摄像机安放的位置和动作的次序。



摄影导演或导演可能以这种简单的草图说明场景中的动作。有时候，分镜头脚本设计师会收到这样的草图，然后润色成分镜头脚本，再分发到制作组成员手中。



轮到你了



拷贝和还原照片的
练习

拍摄一组照片——比如朋友进入公寓、打开房门、打电话的一系列动作。将它们导入电脑然后打印出来。将打印稿放置在灯光箱或灯光台上进行描摹。之后用不同绘画工具和绘画技术再画一遍。

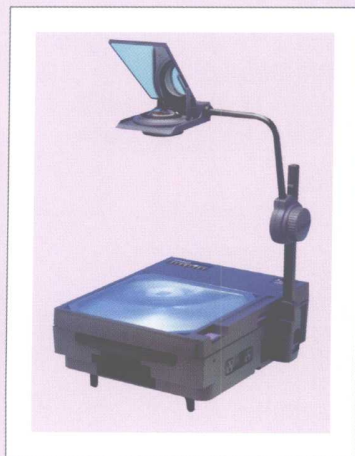


1 原始照片



2 临摹照片

除了灯光台之外，投影仪也能达到类似效果。而且投影仪能对画面进行放大或缩小，可以将画面投影到桌面上，然后进行临摹和拷贝。投影仪使用方便、简单、价格不太贵，可以在任何美术用品店买到或在网上订购。



3 临摹后的图片

尽可能多地收集一些参考资料，收集资料的方式多种多样，这里提供几种渠道：

书籍：解剖学书籍有助于绘制人体，动物大百科、汽车大全等，都可能对绘画有所帮助。

网络：网络也是获取图片和资料的绝佳途径；在网上几乎能立马搜到从最新潮的车到连合活字等所有想要的东西。

杂志：时尚杂志上有很多关于时尚和内饰的照片，不仅可以激发灵感，还可以作为绘画练习的参考。画衣服、鞋子、发型等东西不是件容易的事，尤其是原样再现或写实描写。因此，最好的办法就是首先照着照片临摹。从杂志中收集图片、插画和照片，按照主题分类，整理成册，建立自己的资料库，方便查询，随时都能翻阅。

电影：从电影中拷贝资料，不仅能学习构图，还能学习镜头组接。

最后还是那句话：熟能生巧！



□ 原始照片

拍摄朋友或家庭的快照，有利于练习面部特征与表情。

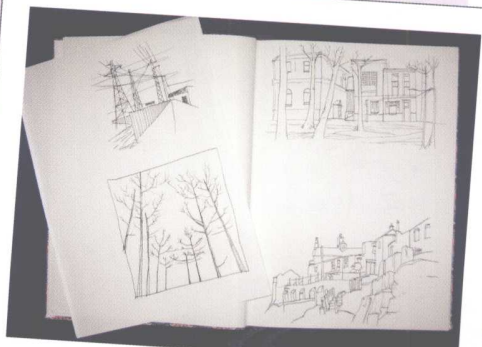
素描 □

临摹照片的时候，不用照本宣科、事无巨细。我们不是在画肖像画，只需要把大体形状勾勒下来就可以了。



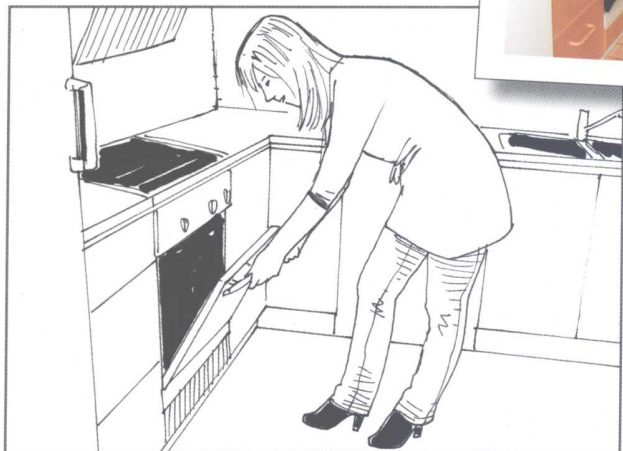
轮到你

养成随身携带速写本，随时从现实生活中采风的习惯。无论在家或咖啡馆，如果面前有一样东西，就要把它画下来。这样做不仅能提高绘画技巧，还能培养观察事物的能力。除了静物，我们也可以画人。因为人经常是运动的，所以你要学会抓住重点，以最快的速度、最简明的笔触捕捉动态的瞬间。



筛选细节

无需从照片上全盘照抄，舍去一些无关紧要的细节，比如衣服上的花朵图案和木地板上的花纹。



素描

我们只需要厨房的基本结构。诸如厨房设备之类多余的细节都可以从主要场景中删除。



贴士

为了培养镜头感，我们提供一个简单的办法：在纸上剪出一个长方形，就成了一个便宜的取景器。现在，你只需环顾四周，框住一部分景物，将所看到的内容快速绘制在纸上。你的直觉会告诉你，应该取什么为景，应该如何构图。



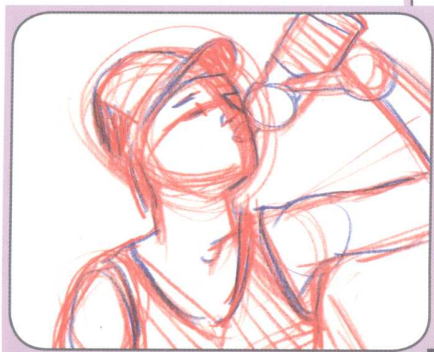
誊清后的画面

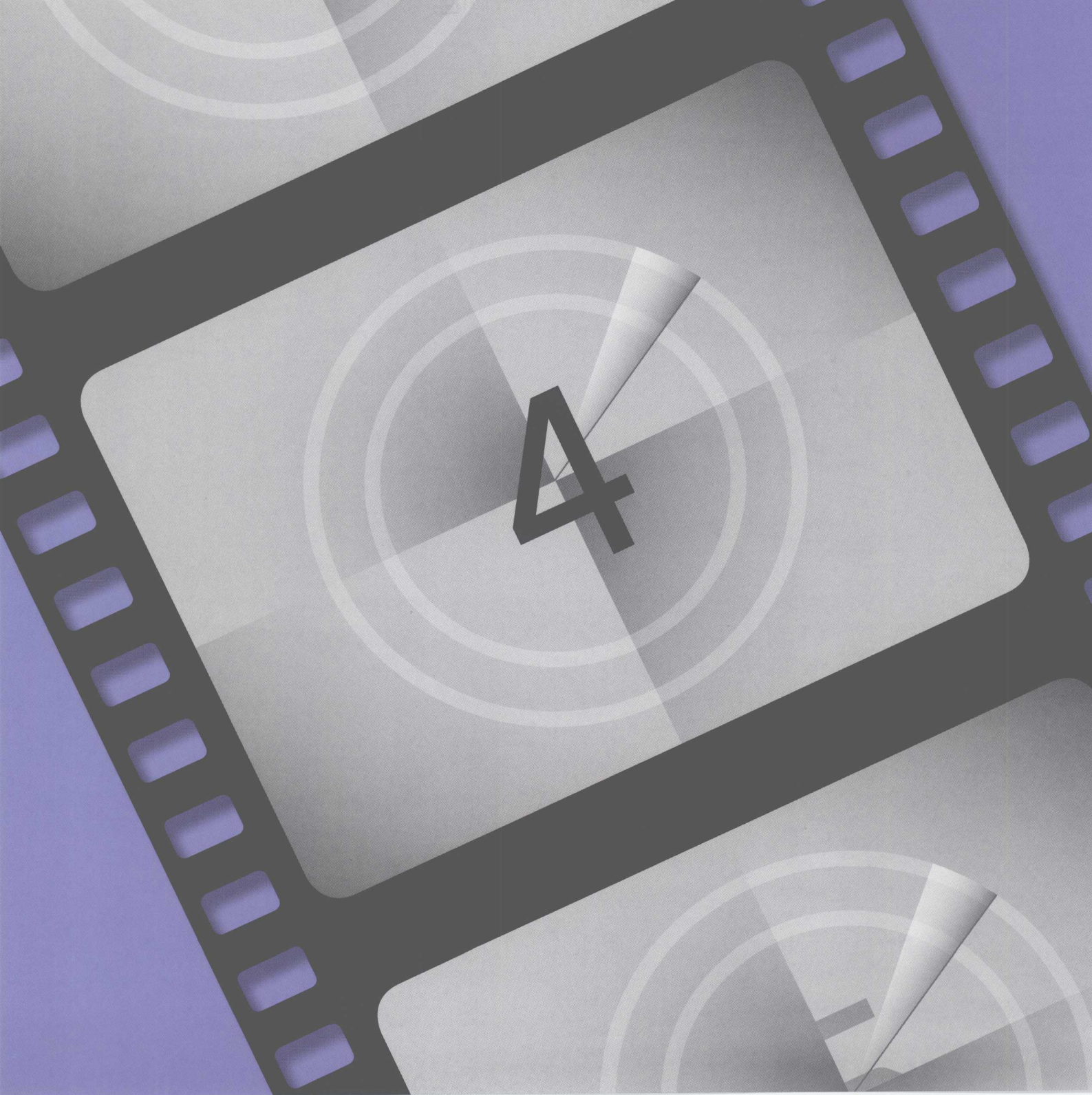
如果一开始用红色铅笔绘画，誊清后的终稿可以不显示草稿的样子。练习得越多，线条就越简洁，无关紧要的细节就越少。



用红色铅笔画草图

用红色铅笔可以减轻绘画工作量。在未完成的作品或一团糟的红色线条之上，再用黑色或蓝色钢笔、铅笔勾勒清楚的线条。视线自然会集中在覆盖于红色铅笔线条之上的黑色线条上。





第4单元

不同形式分镜头脚本的要求

综述	80
第18课: 客户脚本	82
第19课: 拍摄脚本	84
第20课: 动画演示	86

不同形式分镜头脚本的要求

电影
电视
广告
游戏
动画

为了适应不同任务的不同要求，一名分镜头脚本设计师必须知道和了解自己需完成的工作和需涉及的领域。每一项工作的要求千变万化，不仅仅是画几幅画那么简单。为了完成工作，经常需要做额外的事情，比如各项会议的流程、跟进工作流程等。

因此，在绘制分镜头脚本之前，首先对所在公司以及所从事工作的类型进行了解，权衡所有、统观全局。

印刷广告的插画

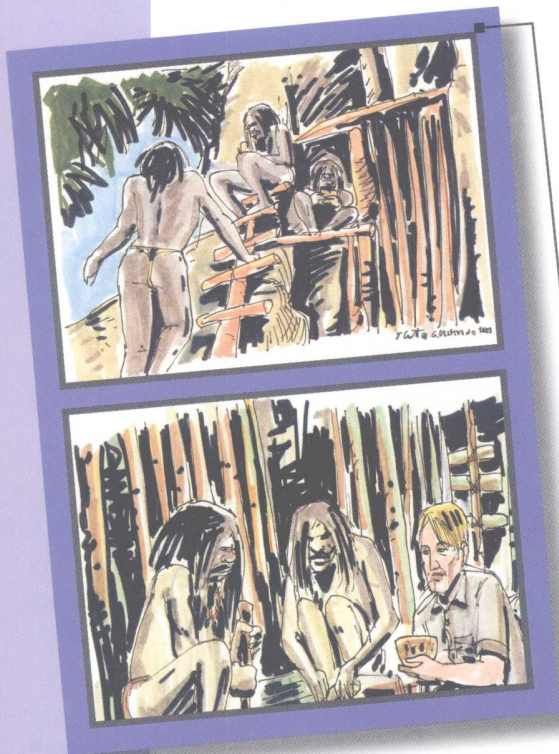
为广告公司绘制插画，要考虑到复制的便捷性。绘制的关键是保持画面的简单。有时候，你的画仅仅作为摄像师的画面指导，因此无需过于细腻。



概念画（详情请见第156页）

创作概念画是一项有意思的工作，因为画家能够体现更多个性化的东西，展现比分镜头脚本更艺术化的风格。

创作过程中，你需要做大量调查工作。公司也许会提供一些参考资料，但大多数资料需要自己查找，公司会报销调研费用。在开始创作之前，首先与公司谈妥报销事宜，落实到纸面，并且保留好发票与收据。



电影故事片的插画制作

在制作故事片时，有时候需要绘制关键画面（详情请见第128页）。随着制作进程的推进，画面也会出现一定的变化。在电影地点没有确定的时候，画面场景也许会十分模糊。



绘制阶段

正如你所见，终稿与最初稿有所不同。工作室成员们传看了最初稿之后，会提出一些修改意见。

广告中的颜色

只有在真正必需的时候才进行上色。如果客户的要求比较苛刻，广告公司一般会建议先不上色，尽量保持画面的简洁，因为不能保证客户会提出什么修改意见。

电影故事片制作的最后阶段

褐色调赋予插画艺术感。如果你没有得到关于颜色的建议，不妨在首次会议中提出自己的看法。

广告草图（详情请见第16页）

对于商业广告来说，铅笔稿分镜头脚本就足够了。在项目概要会议中，你可以把草图快速地画下来。



第18课 客户脚本



电影



电视



广告

在内部会议中，广告公司使用客户脚本向客户展示创意。通常，客户脚本只选取关键帧——电影中最重要、最扣人心弦的时刻，带有彩色、比较细腻。艺术总监或相关负责人会在客户脚本的配合下进行影片描述。在这一阶段，想法并没被批准，导演也未被指定，没必要深入到镜头的技术细节层面。退一步讲，即使已经指定了导演，他/她也很可能推翻原来的想法——在这种情况下，也许需要重新制作客户脚本，因此也没必要深入到技术细节层面。

客户脚本还用在电视广告领域。在投入巨资拍摄之前，可以通过客户脚本征求观众意见。在这种情况下，分镜头脚本应该够清晰，而且应该上色。

记住，制作客户脚本是为了出售创意，而不是执行创意。

分镜头脚本设计师常犯的一个错误是担心客户脚本中镜头的顺序、技术与最终结果不符合。不用担心！在这一阶段，我们主要关注情境、氛围和整体概念。

更糟糕的事情是，客户也可能产生同样的担心，而要求设计师对客户脚本进行无谓的修改，那纯粹是浪费时间，比如，改变角色衬衫的颜色或改变角色的发型。在客户脚本阶段，类似的变动毫无必要，我们应该关心的是作品的全貌。所幸，如果客户对无关痛痒的细节过于关心的话，大多数广告公司都会向他们解释分镜头脚本的关键看点在哪里，而不会被牵着鼻子走。



情绪画 □

相比于客户脚本，“情绪画”更多应用于动画片中，展示动画的整体感觉，展现关键片断。有些情绪画绘制得非常漂亮，刊登在描写“幕后制作”的书中。

电影故事片分镜头脚本 □

在没有指定导演的情况下，为了吸引项目投资，也可能需为真人故事片的整个剧本绘制分镜头脚本。在这里，我们将举一个例子，阐述经过若干会议之后，分镜头草图是如何改变样貌的。请将右边这张原始关键图与后面的画面作比较。



□ 画面 1

为了在画面上展现更大的空间、更多的角色，新导演决定加长画面的宽度。



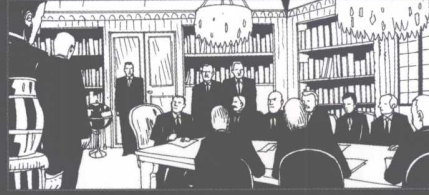
□ 画面 2

加宽的屏幕展现出这是一个公馆中的大房间，更符合剧本的意图。



□ 画面 3

导演批准了草图之后，设计师可进行誊清，并用黑色钢笔填充相应位置。



贴士

将客户脚本保存为JPG格式。JPG格式的图片易操作,精度够高,用于印刷也没问题。最重要的是,方便通过Email传输。



□ MTV分镜头脚本

一开始,MTV可能只是一个想法,然后变成简单的客户脚本。客户脚本批准之后,如果比较简单,导演或摄像指导可能会自己画分拍摄脚本;如果比较复杂,需要不少特技,则需要一个专业的分镜头脚本设计师为制作小组和特效工作室工作。

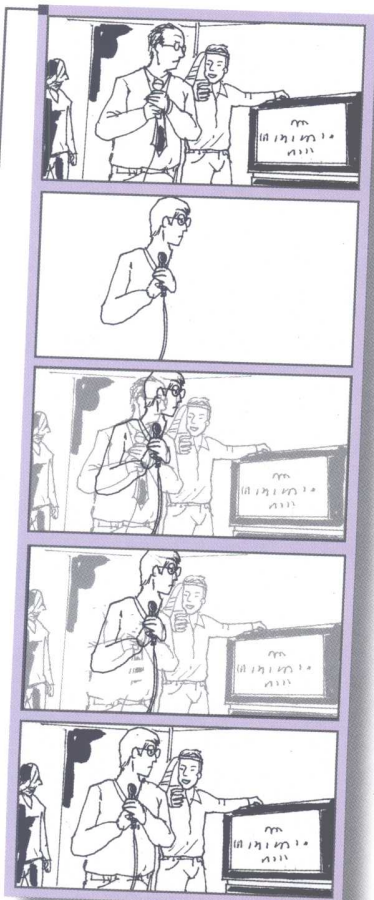
□ 印刷广告草图

分镜头脚本设计师经常会为可能印刷的广告画插画,过程与客户脚本的制作类似



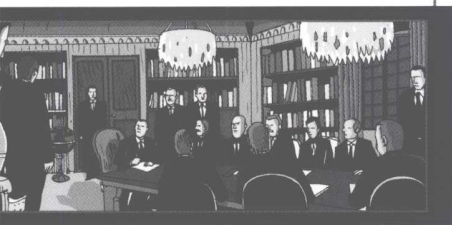
用Photoshop做修改

如果你使用电脑上色,请保留Photoshop中的所有层。通过对层中元素的修改,通常就能轻松完成一个简单的变更。



画面 4 □

完成的画面,用电脑添加了灰色块。



核对清单

- 在最初的概要说明会上,没必要把客户脚本做得太细致。只需要简单潦草地体现创意和镜头供大家讨论就可以了。
- 将所有说明记录下来之后,请与负责人确认是否有所遗漏。
- 将手中的参考资料复印一份。公司经常会从杂志或其他资源上寻找照片,来说明他们想要的整体创意,以及诸如地点、汽车、道具和其他关键细节等。
- 因为有时候需要在工作时间之外联系其他人,所以要把所有相关人员的联系方式都记录下来。
- 会议之后,在原有草稿的基础上画一个草图,申请审核。在构图、平衡和叙事方式方面进行修改。
- 之后,誊清画面,再申请审核。
- 在第二次审核之后,才可以进行上色。

第19课 拍摄脚本

与客户脚本相比，拍摄脚本主要针对导演和制作团队成员，因此不会那么精细，更多关注的是镜头衔接、流畅性等技术层面问题。拍摄脚本是导演和制作团队用以规划镜头的工具，因此需要更多画面。创作拍摄脚本的时候，须时刻牢记，这是真实电影的“预演”，应该符合电影规则和技术手段（详情请见第94-95页）。

拍摄脚本中的画面，都应具有“可拍摄性”。这意味着，如果你有什么奇思妙想，首先应该与导演或艺术总监沟通，他们通常都会告诉你拍摄上可能存在的局限，比如，如果你想增加一个航拍镜头，首先要清楚是否有这笔预算。

创作拍摄脚本的过程，也就是与导演充分沟通的过程。有时候，特别是多数电视广告，导演会在首次会议上提供一份镜头列表，逐一进行镜头分解。但更多时候，我们需从无到有，在会议过程中慢慢形成想法。尽管如此，导演还是会提供多种多样的参考资料，甚至来自于其他广告或电影的片断，来明确画面风格或作品的整体感觉。

拍摄脚本将分发给所有组员，会被拍摄拷贝，还会通过传真发送。因此，必须保持分拍摄脚本的干净整洁；颜色和过多的细节都会弄脏画面。实际上，除非需要某种特殊效果，一般情况下，都没必要添加颜色。



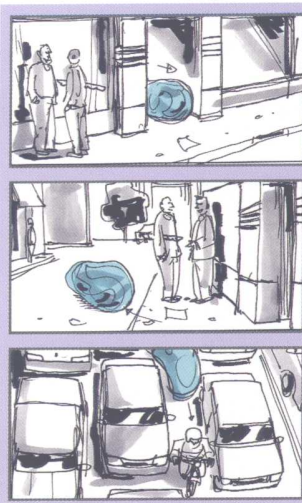
□ 技术细节

拍摄脚本主要用于计划拍摄方面的技术问题，比如，摄像机角度、摄像机运动方式、取景、构图和画面组接方式等。□



— 商业广告 —

为广告制作的拍摄脚本平均要求画面为12幅到30幅，制作周期为一天——如果幸运的话是两天。



一、用颜色标示数码效果

在这个例子中，我们将用数码手段提前制作水。因此，水用蓝色标出来，便于快速地在每个镜头中找到。用这种方法，制作公司能够很容易地计算出需要再加工的镜头数。

一、草图风格

拍摄脚本的画面张数比客户脚本多，因此画面更潦草、更粗糙。



第20课 动画演示

在投入巨资拍摄之前，广告公司有时候需要提前测试一下广告效果；或者，为了吸引投资，制作公司想把某一个特别片断视觉化。在这些情况下，我们需要做一个动画演示。

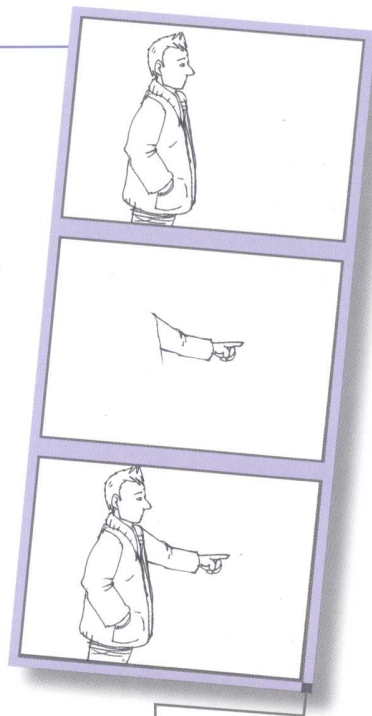
动画演示，简而言之，就是会动的分镜头脚本。它由一张张画面组成，同时配上声音——台词、音乐、音响。动画演示与真正的动画不同，它并没有真实、流畅的动作，只不过是画面的切换，最多有一些简单的动作，比如从“A”到“B”。

在创作动画演示的时候，首先必须清楚播放的媒体——电视、电脑屏幕或E-mail。如果没有相关信息，那么建议把画面扫描成JPG格式——720像素×576像素，分辨率为72dpi。这是全屏播放的质量要求，意味着能将画面转换到VHS录像带或DVD上，在电视屏幕上能够正常播放，而且这样的尺寸通过E-mail传输也比较容易。

为动画、广告和故事片制作的动画演示是不一样的，下面让我们分别来看一下。

在动画演示中使用层

做动画演示的时候，Photoshop中的层功能十分有用。比如，角色需要转一下头部，你只需要画一层身体和其他主体，然后在其他层中转动头部就可以了！



小小的动作

指点之类细小的动作同样可以利用层做出来，只需要画一只指点的手，然后加到主要画面上就可以了。

为动画做的动画演示

动画演示是动画片制作中的关键环节。考虑到画面质量、构图和设计等方面，为动画做的动画演示，要比为电影和广告做的动画演示精细得多。为动画做的动画演示精确地展示了影片最终画面、时间和颜色。在动画片制作过程中，它是不同动画工作室、制作公司之间共同使用的参考指南。我们需要对其进行反复复制，因此画分镜头脚本时最好用黑白色，并且保持画面的简洁干净。画好分镜头脚本之后串联成动画，接着配上角色的声音。不出意外的话，这就是最终我们从动画片中听到的声音了。



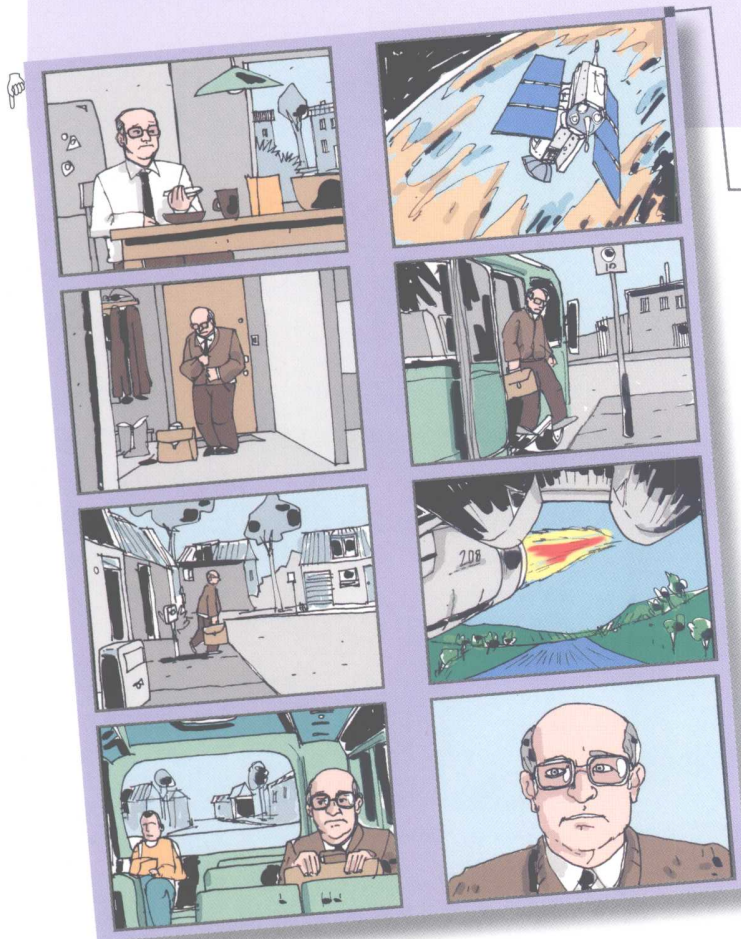
为广告做的动画演示核对清单

- 在工作以前，首先确认公司或客户并没打算做成动画形式。
- 然后制作一个精确的分镜头列表。按照镜头排列顺序画下每一张图片。这个阶段可能没有分镜头脚本，所以这些草图需首次构思。
- 在工作室中誊清画面，通过E-mail发送给公司审核。这些画面一般用铅笔绘制，是黑白的。
- 接下来，从公司那里获知所有需要修改的地方。如果可能的话，也请客户确定画面是否通过。
- 再一次誊清，添加色彩。如果你不能确定誊清后的画面是否恰当，可再一次交给公司审核。添加色彩可用电

脑，也可用马克笔。如果用马克笔上色，在上色以前，首先对黑白稿进行拷贝，这样便于事后更改颜色。如果用电脑上色，为了便于修改，也要养成随时保存文件的习惯。在这个阶段，为了动画演示中动作或镜头的顺畅，公司要求分镜头脚本设计师多画一些画面是很常见的事情。

添加颜色

左图用电脑上色，右图用马克笔上色，可以看出，马克笔上色比较生动、鲜活，而电脑上色比较机械。

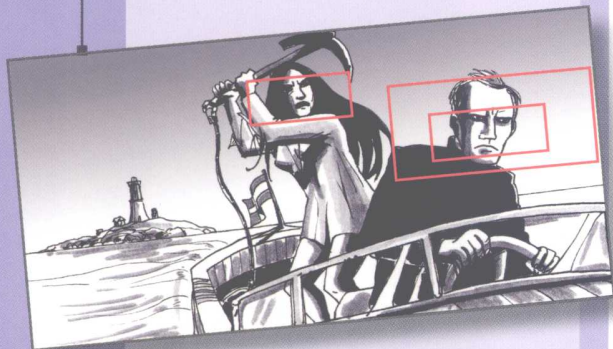


为电影故事片做的动画演示

在电影故事片的制作过程中，制作公司通常会从分镜头脚本中挑选出一些吸引人的画面做成动画演示。这时候，分镜头脚本设计师需要多画一些画面来丰富动画演示，不过并不需要像广告动画演示那么多。你可以重复利用一些画面，特别是交谈时头部的画面。最后，请记住最重要的一点，所有画面都应是黑白的。

□ 重复使用画面

一个有技巧的编辑，能够在对话场景中重复利用很多画面。



贴士

在制作动画演示的时候，要养成勤做保存的习惯。一般说来，软件中会提供自动存储功能，你只需设置一下存储的时间间隔就可以了。

制作一个动画演示

为了制作和编辑动画演示，保证专业品质和节省制作时间，大多数广告公司和制作公司都会租用一台后期制作电脑。为了减轻编辑的负担，最好为每个画面编号。

除了原始格式，我们还可以将动画演示保存成QuickTime格式，通过网络传输。这样会降低画面的分辨率和尺寸，不过除非公司有其他要求，否则还是应该提供高精度的画面。

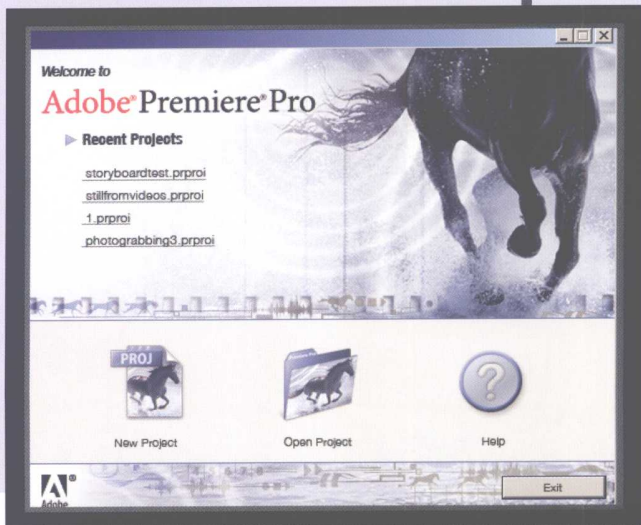
如果你有高超的电脑技能，可以在自己电脑上装一个新版的编辑软件。

在电脑上操作，首先应该装配一台好电脑、一台扫描仪，当然，还有软件。如果操作平台是

Mac，我推荐编辑软件Final Cut，它能够将影片输出成为多种格式。如果操作平台是PC，可选择的软件会少一些，我推荐Adobe Premiere，它的功能比较完善，比如实时预览功能，可以不进行渲染就直接观看影片效果，节省了大量的时间。Premiere在Mac和Pc机上都能运行。所有编辑软件的基本构架都是一样的，一旦掌握了一种软件之后，其他软件也能够触类旁通。

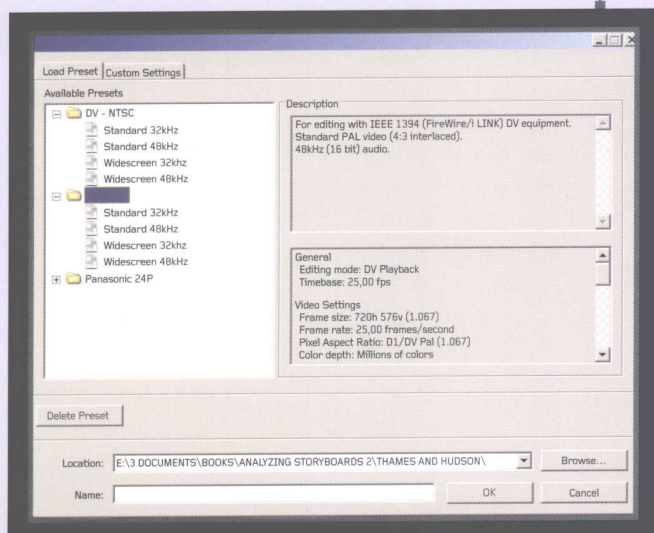
画面 1

重要的事情先来。打开窗口的时候，可以选择创建一个新的项目，或打开已有的项目。



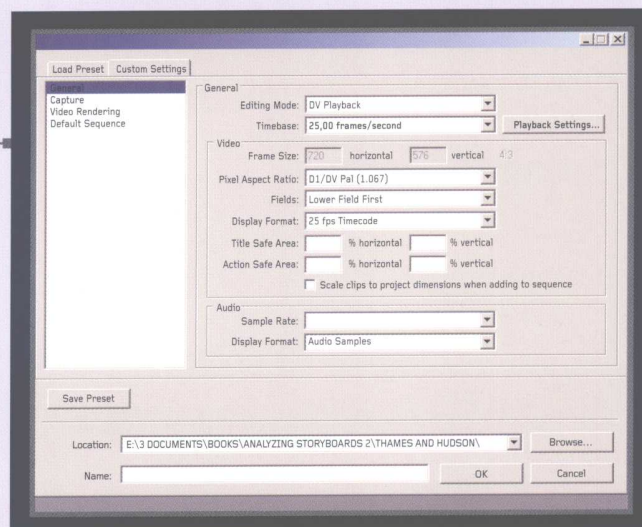
画面 2

如果选择创建一个新项目，接下来会出现模式选择对话框。



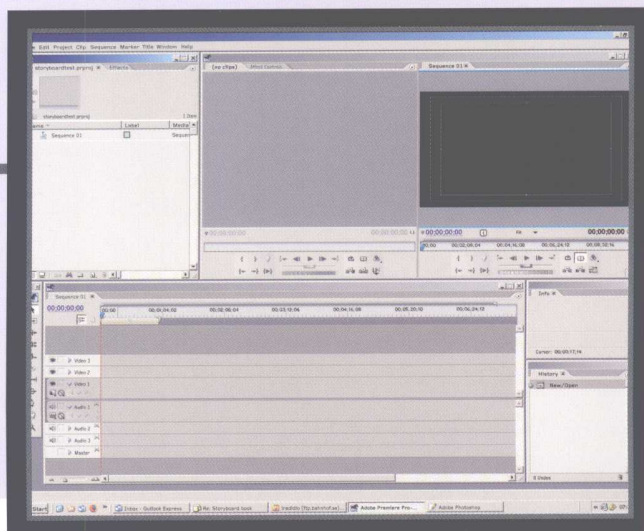
画面 3

电视信号的标准也称为电视的制式。目前各国的电视制式不尽相同，制式的区分主要在于其帧频（场频）的不同、分辨率的不同、信号带宽以及载频的不同、色彩空间的转换关系不同等等。世界上现行的彩色电视制式有NTSC制和PAL制。美国用的是NTSC制，欧洲和其他国家用的是PAL制。它们在画面数量、解析度甚至电视外观尺寸上都有所不同。



画面 4

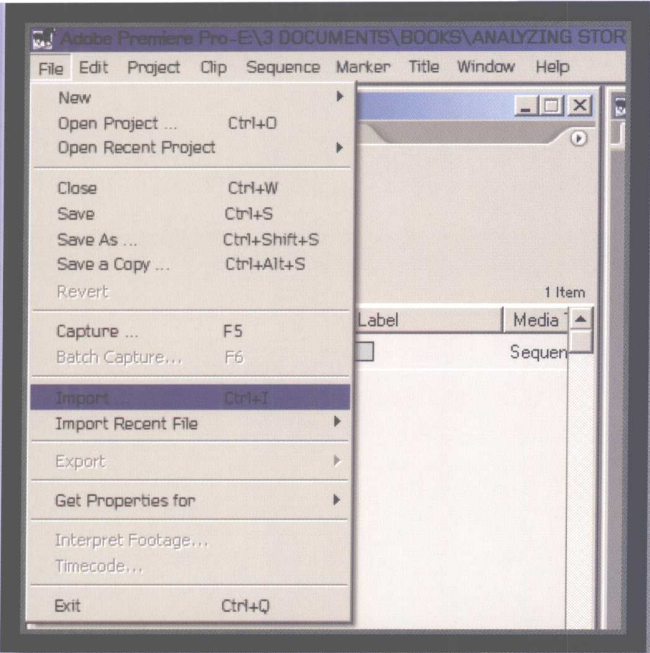
进入项目界面以后，所有工具在屏幕上一目了然。Premiere的操作比较直观，采用所见即所得模式。等你熟悉了各项功能的键盘快捷方式之后，操作速度就会上一个新的台阶。



下一页继续



制作一个动画演示

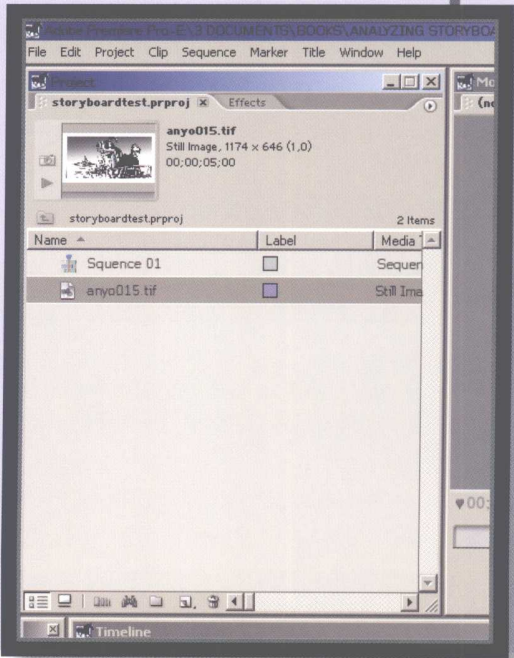
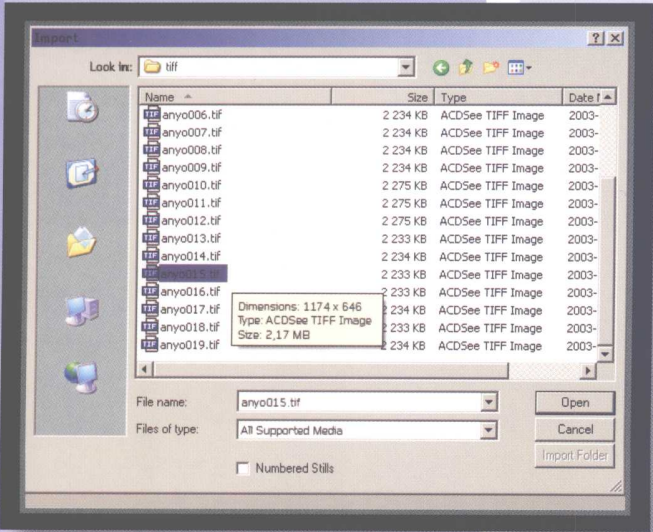


画面 5 & 6

导入为动画演示的素材——比如分镜头脚本的画面（有多种格式，JPG格式比较常用，因为文件较小）、声音、以前录制的音乐等。

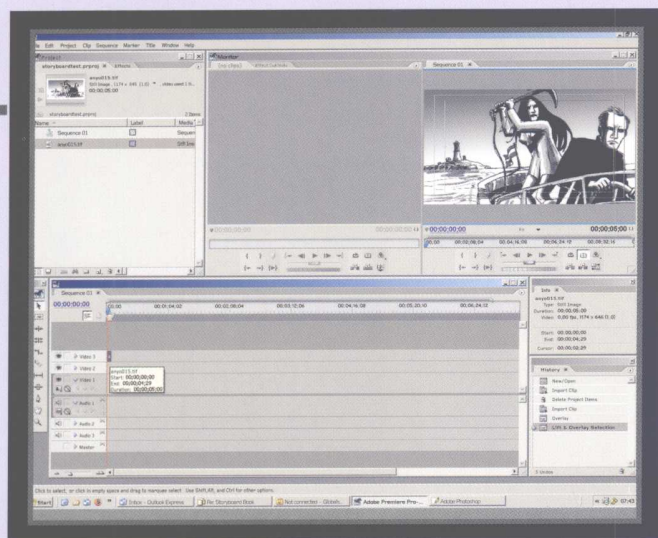
画面 7

导入的文件出现在项目窗口。点击它们，可以看到一个小的预览窗口和相关文件信息。双击它们，可以在监视器上观看该文件。



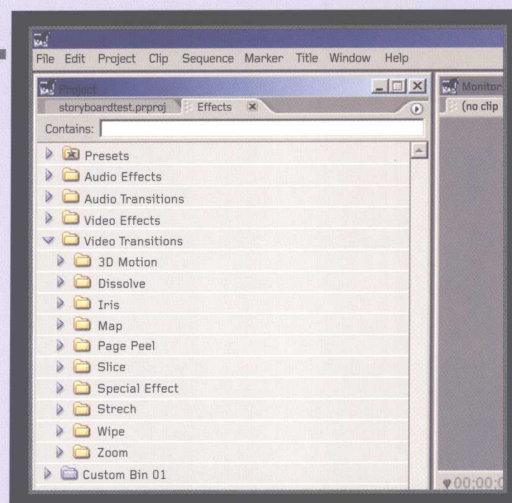
画面 8

选取某个文件，拖曳到时间线的某一个轨道，比如，视频 3。音乐和声效放在音轨上。当鼠标指向那个文件时，画面就出现在监视器上。



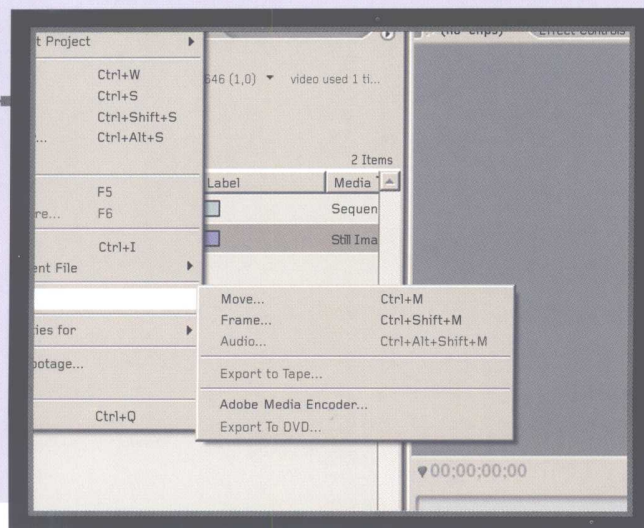
画面 9

在项目窗中可选择多种多样的过渡和编辑效果。



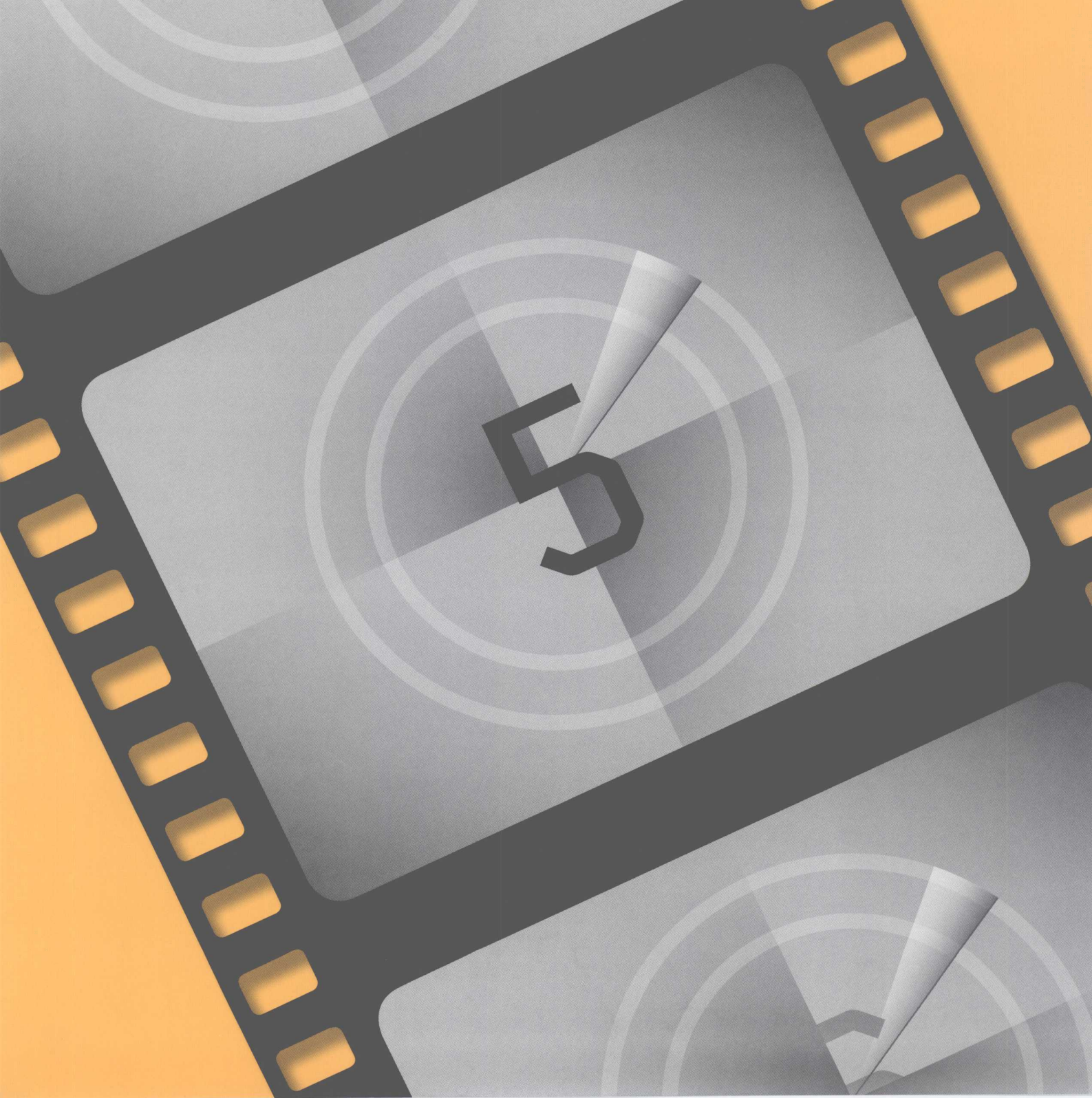
画面 10

达到满意效果之后，以最符合要求的格式输出动画演示。你可以选择输出“电影”（Movie），从QuickTime，Mpeg和Avi等格式中作选择。或者，压缩成网络流，适用于网络上的多种支持媒体，如QuickTime、Windows Media和Real Video等等。



贴士

使用软件时，有很多快捷键和技巧需要掌握。在不同网上论坛中，你能得到关于补丁、技巧和最新版本发布的信息。



第5单元

分镜头脚本的语言

综述	94
第21课: 运动线	96
第22课: 摄像角度	98
第23课: 景别	106
第24课: 摄像机运动和注释	110
第25课: 连续性和叙事性	116
第26课: 构图	120

分镜头脚本的语言

在影片制作过程中，连贯性是至关重要的因素，是电影叙事中最值得关注的地方。一部影片由很多不同元素组成，不仅包括情节，还包括给人留下连贯视觉印象的画面和动作。为了达到镜头和镜头之间的连贯效果，我们首先需要了解电影的规则与“语言”——不同的电影制作人，对影片有不同的处理方式，比如不同的角度、镜头和摄像机运动方式等。这个单元将阐述分镜头脚本设计师在设计分镜头脚本时应该关心的元素。

屏幕方向 □

（详情请见第96页）

屏幕方向是关系到连贯性的最重要因素，简单地说，就是镜头在屏幕上运动的方向。



取景 □

（详情请见第106页）

为了强调和突出某个特定细节，或仅仅为了强调一段特殊的对话，镜头的取景方式会发生变动。



镜头切换 □

（详情请见第113页）

通常，为了追求流畅的画面效果，掩盖时空跳跃，导演和编辑希望尽可能少用镜头切换。如需使用镜头切换，最常用的切换方式是“关联衔接”，也就是说，第一个镜头中出现的東西，会以近似形态重复出现在第二个镜头中。两者可能有相同或相似的样子、相近的功能。总之，显示了两样物体的某种联系。



电影



电视



广告



游戏



动画

□ 摄像角度

(详情请见第98页)

为了制造不同的效果,我们选择不同的摄像角度。在创作分镜头脚本的时候,分镜头脚本设计师应该学会用不同摄像角度表达,总的来说,较低的角度表示威胁、优越;较高的角度表示弱势或害怕。

□ 摄像机运动

(详情请见第110页)

摄像机的运动包括平移、缩放、倾斜、移动摄影。从简单地摄像机从左边旋转到右边以描述一个场景,到放大缩小以强调疑惑和惊讶,出于各种各样的原因,我们进行摄像机运动。

□ 构图

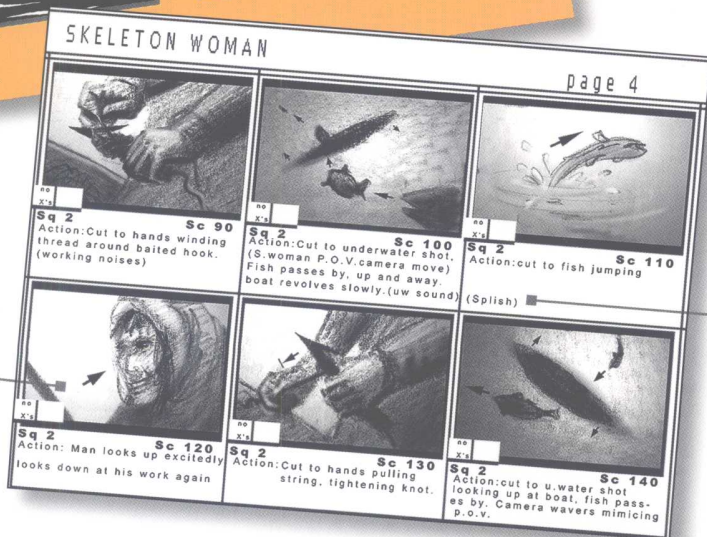
(详情请见第120页)

概括地说,构图涉及到画面中元素的排放与关系。分镜头脚本通常不涉及太多细节,因此此时的构图可以大大简化。用不着在细节上踌躇不前,学会精练、概括。最后,我们会找到或搭建确切的场地,然后进行拍摄。而现在,只需要为整个制作团队提供一个参考就可以了。

箭头 □

(详情请见第14页)

箭头代表画面中物体的运动(比如演员的行走)或画面本身的运动(比如摄像机平移)。



□ 书面注释

(详情请见第110页)

澄清视觉分镜头脚本的文字说明。

第21课 运动线

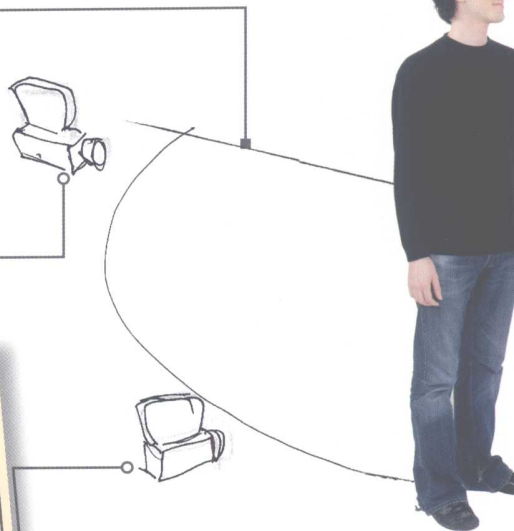


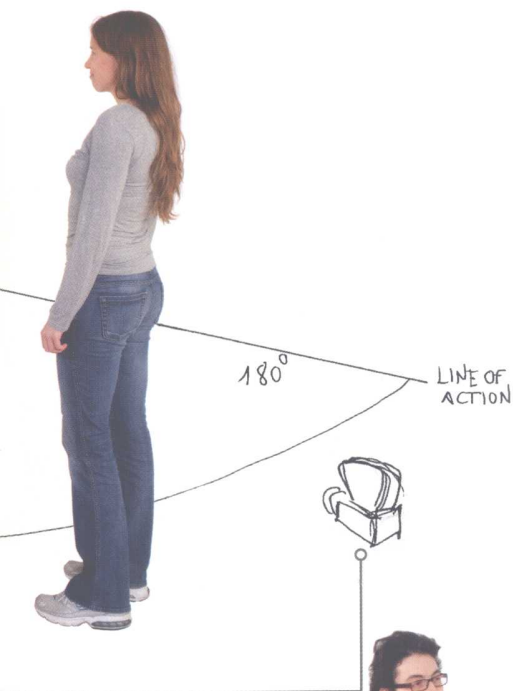
在分镜头脚本创作过程中，为了达到镜头的流畅、连贯性，最至关重要的因素是屏幕方向——镜头在屏幕上的运动方向。让我们以两个谈话中的人物为例。所谓“运动线”，其实是一条虚拟的线，是一条用来确定演员在屏幕上位置的线。为了达到流畅的视觉效果，不至于使观众感到迷惑，本书建议你在场景中设定这样的运动线（或称轴线），摄像机最好在线的一边运动，否则就会出现“跳轴”的情况，这就是180°准则，即轴线规律。

尽管如此，摄像机还是可能跳过轴线，到达运动线的另一边。在这种情况下，首先，观众应该看到交叉的过程；其次，摄像机应该停留在另一边的180°范围内，切忌来回互换。

运动线

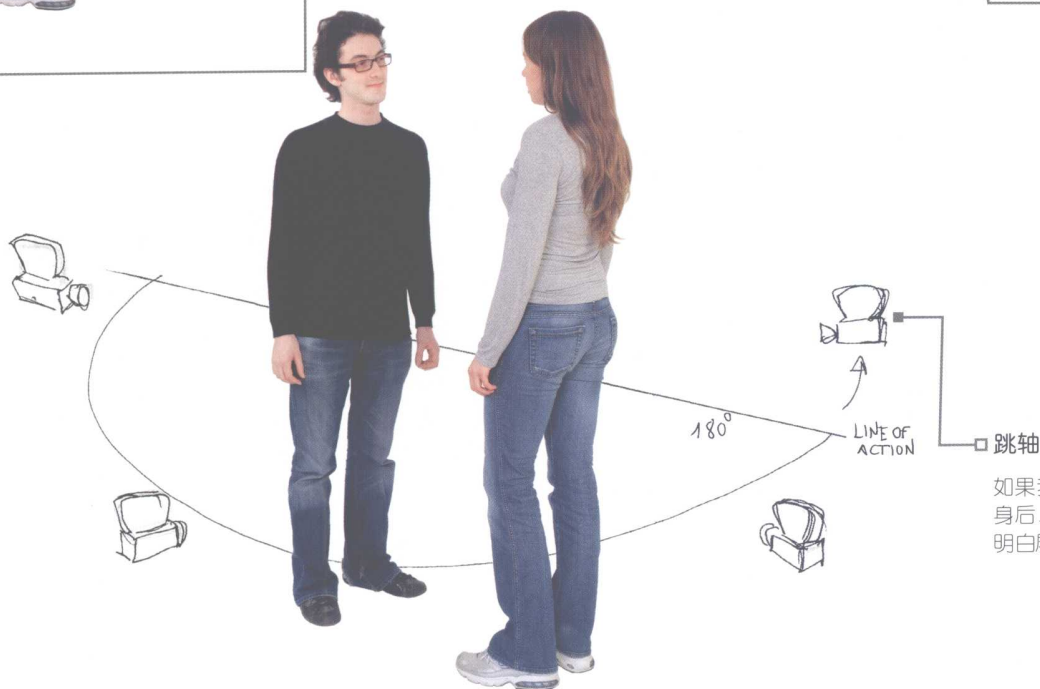
在这个场景中有两个角色。男人站在画面的左边，面朝右边；女人站在画面的右边，面朝左边。运动线作为一条假想中的线，穿过他们两个。（这里的“运动”即两者之间的对话。）





避免观众的疑惑

在之前的视图中，我们已经知道了两名角色的位置关系。如果我们推一个特写镜头，能发现他们正在看着什么，尽管不一定看见什么。不过，如果我们忽然跳轴，把摄像机放到运动线的另一边（如最下面那张图所示），那个男人看上去正看向相反的方向，这样就会让观众感到疑惑不解了。



如果我们必须跳轴，建议显示出摄像机绕过女人身后、越过运动线的运动方式。这样，观众就会明白屏幕上的新“方向”了。

第22课 摄像角度



电影



电视



广告



游戏



动画

导演自有一套工具与技术，能把自己的想法付诸于屏幕中，与观众做交流，其中最有力的方法之一就是有效地利用各种摄像角度。

在电影的构思阶段，导演会与分镜头脚本设计师见面，探讨如何最好地用镜头讲述故事。大多数电影用传统的直线镜头拍摄，因此，一个不同寻常的摄像角度会强化场景和冲突。不过，电影是由一个个镜头组成的，对于分镜头脚本设计师来说，创作每一个镜头实在是棘手的工作。摄像角度的选择其实取决于导演或摄像师的个人选择，如果与一名有个人主见的导演共事，你将得到更多的指导意见。



倾斜镜头 □

这也叫做荷兰镜头，或香港镜头。通过摄像机镜头的倾斜，画面水平线不再保持水平，从而赋予动作更多戏剧性。

倾斜镜头的运用 ○

右边这幅画面在表现角色进入房屋时，倾斜角度镜头着实抓住了观众的眼球。



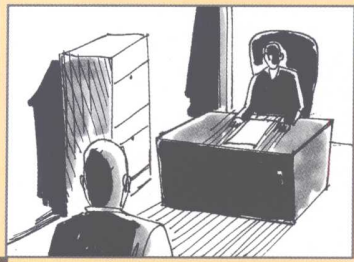


□ 低角度镜头 (仰视镜头)

一般说来，低角度镜头暗示了权威、力量和优势。

○ 登场镜头

当一名角色登场的时候，往往会选择低角度镜头，以彰显他/她在故事中的地位。



□ 低角度镜头与高角度镜头相结合 (仰视与俯视镜头结合)

这两种镜头经常联系在一起。如上图所示，角色进门时，采用了低角度镜头。紧接着，就是一个纵观整个房间的高角度镜头。这样的组合在很多电影中都能看到。



□ 高角度镜头 (俯视镜头)

高角度镜头通常暗示了弱势或恐惧。



○ 整幅画面

如左图所示，高角度镜头能够更好地展示场景全貌。这是一名旁观者或一台电视摄像机的视点。



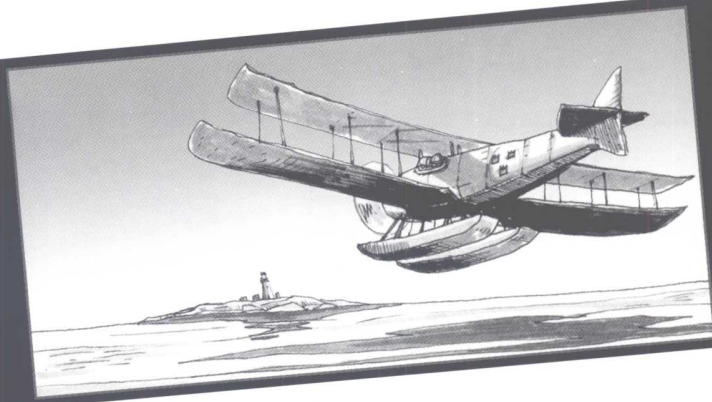
□ 用来表示威胁的低角度镜头 ○

你是否曾在电影中多次看到过这样的画面尤其是在恐怖电影中。关于一所房子的低角度镜头很明显表示了某种威胁。记住希区科克的恐怖心理学——不仅要用低角度拍摄房子，还要把它安放在一个小山坡上。



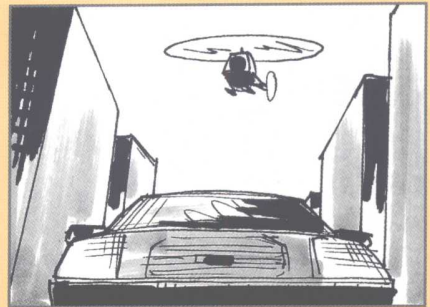
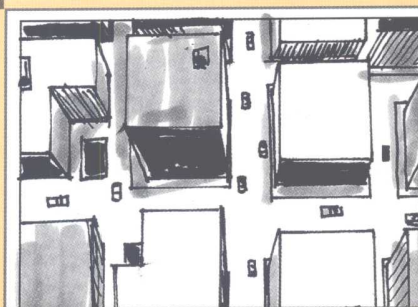
□ 移动镜头

在移动镜头中，摄像机跟随运动进行拍摄。比如，摄像机跟随飞机接近目的地，或跟随摩托车经历《Easy Rider》中难忘的一刻。凡是镜头从一个地方移动到另一个地方，都可以称为移动镜头。轨道移动也是移动镜头的一种。○



顶部镜头 □

从直升飞机上拍摄，可以达到像鸟一样的观看视角。如右图所示，没有特定的拍摄物，这是一个描述性镜头，我们只是呆在高高的空中，拍摄一组顶部镜头。



尾随而来的顶部镜头 □

如果某样东西受到直升飞机的跟踪，这时候你可以推断出，在如上图所示的低角度镜头之后，就是顶部镜头。



自然的进程

特定的镜头会泄露接下来的场景。在上方第一张图中，我们透过窗户看到一个人，然后推断他最终会进屋——也许并不正确，不过在有些电影中确实如此。否则，为什么要从屋里透过窗户拍摄他呢？另外，也有可能剧情中有某人从屋里看着他。如果摄像机是放在屋顶上的，如上方第二张图所示，那么你会推断出，在最后一刻，角色将回转身来。

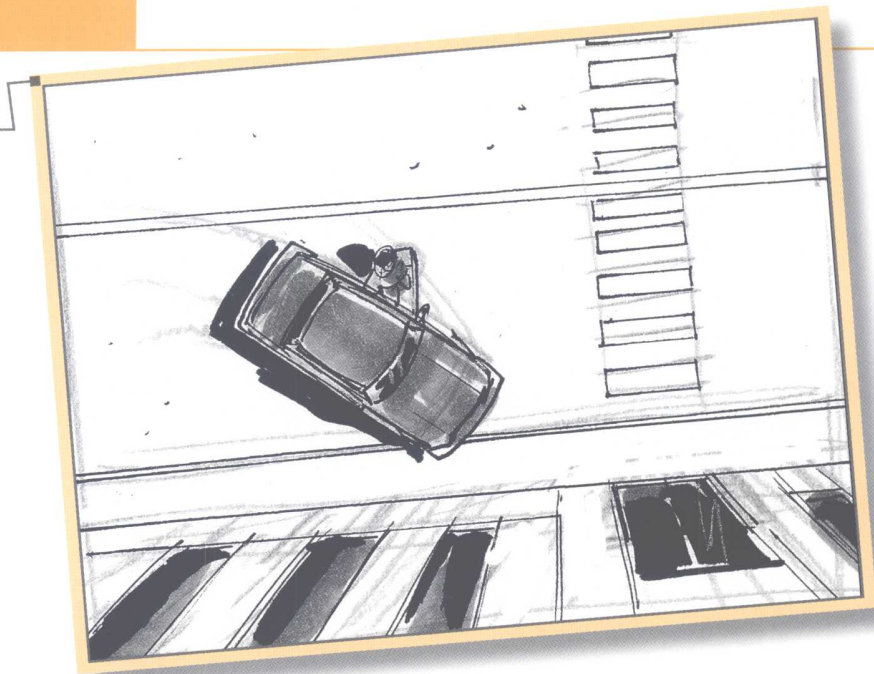


组合镜头

现如今，大多数电影镜头是串联了不同摄像机运动方式拍摄的镜头。比如，顶部镜头之后会有一个摇镜头跟踪角色跳下去的动作。

鸟瞰镜头(顶部镜头) □

这是所谓的“极端镜头”之一，摄像机在场景的正上方，垂直向下拍摄。我们可以把鸟瞰镜头看做是非常高的高角度镜头，为了与之对应，应该设置一个低角度镜头。正如第98页-第99页所示的标准高低角度镜头相结合，如果你用了其中一个，就必须用另外一个。



□ 低角度镜头回应(1)

对于高角度镜头的回应，可以是一个从车中走出的人的低角度镜头。



□ 低角度镜头回应(2)

另一种回应方式，可以展示屋顶上的角色。我们在鸟瞰镜头中看到的一切，原来是出自他的视点。如此一来，两个镜头就有机地联系在一起了。



□ 蠕虫镜头（底部镜头）

所谓蠕虫视角，就是把摄像机放在地面上很低的位置然后向上倾斜，我们可以把它看成很低很低的低角度镜头。

特写镜头组合 □

这组画面由一系列非常紧凑的特写镜头组成。



□ 固定镜头

如果在剧本指出应该以“纪实风格”拍摄，意味着在整个场景中，我们将手持摄像机拍摄。



□ 远景镜头 (LS) □

长镜头能够很好地记录场景。如果配以引人入胜的风景，就好像一幅美丽的画卷。



地面镜头 □

地面镜头就是把摄像机平放在地面上，与地平线保持一致，在此基础上进行拍摄。这种手法流行于19世纪70年代意大利人拍摄发行的美国西部牛仔片中。与蠕虫镜头不同的是，地面镜头平行于地面，而不是向上倾斜。

□ 动作预期

如果想给观众带来新鲜感，地面镜头是不错的选择。不过，更多时候，地面镜头的作用是让观众对动作有所期待，比如有人沿着小巷走——我们会期待某人或某样东西可能出现在画面中。



镜头实战

下面的分镜头脚本案例涵盖了各种镜头的运用，每个镜头都烘托和强调出两人的感性会面。

高角度镜头

孤独的女人，显然正在等待某人。高角度镜头的运用，是为了强调她的孤独。

特写镜头

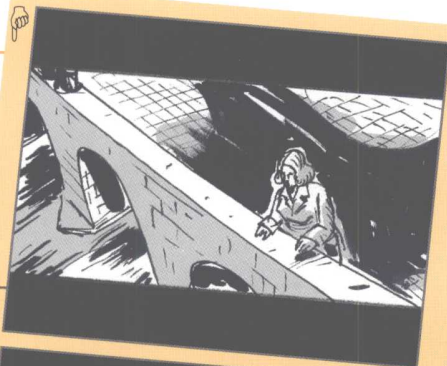
某人或某样东西引起了她的注意，她转过了头。特写镜头，排除了其他东西，在画面中强调出女人的表情。

宽镜头

在宽镜头中，一个男人正走向摄像镜头。摄像机的视角代表了女人的视角。

中景镜头

在这个镜头中，男人进入画面，让人感觉是上个镜头的延续。



高角度宽镜头

这个画面是所有镜头中最戏剧化的镜头。在舞台灯光和聚光中，男女角色四目相对，产生强烈的配景效果。尽管灯光设置不是分镜头脚本的职责范围，但你可以通过画面展示，提出相关建议。

双人镜头/中景镜头

“双人镜头”就是画面中有两个角色的镜头。我们刚刚从前面那个宽镜头转下来，在特写之前，首先用一个稍远距离的中景镜头过渡。这是从宽镜头逐渐推进角色的一次有益尝试。

高角度特写镜头

在这组镜头中，男人占主导地位。因此，当男人首次亮相的时候，我们将他的位置置于女人之上，以表明他的地位。

贴身过肩镜头

为了呼应前一个镜头，这次我们展示了女人的特写镜头。为了强调她的表情，这个镜头更贴近角色。

第23课 景别



电影



电视



广告



游戏



动画

景别主要是指摄影机与被摄对象间距离的远近，从而造成画面上形象的大小变化。拍摄电影，不管什么类型和手段都应该熟悉其中的专业技术术语，因为制作团队中的每个人，也是通过这些术语来组织镜头的。

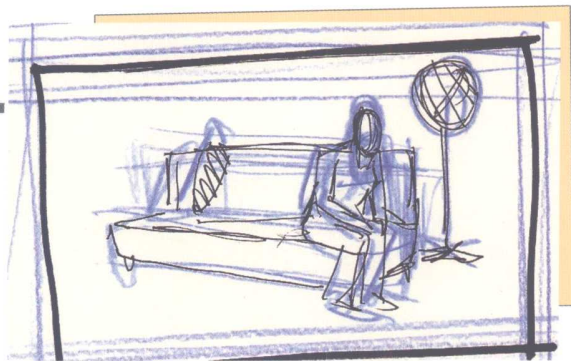
每一个镜头都代表特定的含义，具有特殊的目的。因此，学习镜头方面的技术术语，就好像学习一门新的语言一样。

通常，一组镜头的开头是一个交待镜头（主镜头），用来交待地点和时间。在动画片中，每当地点变换的时候，都会有一个地点内部或外部的交代镜头，用以交待行动即将发生的场景。在电视连续剧中也是一样。即使那个主要场景已经展示过多次，仍然需要再次展示，以交待白天或夜晚、冬天或夏天等的变化。剧本中不会提到交待镜头，但这是分镜头脚本设计师的分内工作。



□ 主镜头

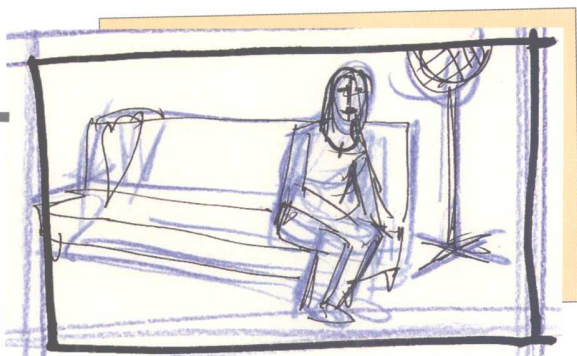
主镜头在画面中显示了场景中的所有内容，包括角色和动作发生的环境。





□ 全景镜头 (FS)

出现人物全身形象或场景全貌的镜头。



中景镜头 (MS) □

显示人物臀部以上（或以下）部分形象的镜头。摄像机与角色之间保持着充分的距离，以便能够看清楚角色以及他/她周边的环境。





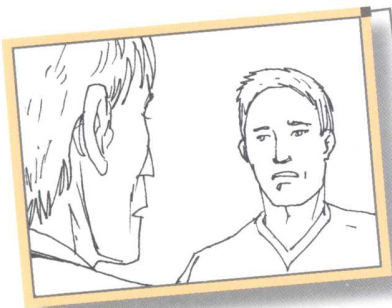
□ 中等特写镜头 (MCU)

显示人物肩部或胸部以上形象的镜头。□



□ 特写镜头 (CU)

在特写镜头中,被摄对象充斥了整个画面。脸部特写让观众们感到与角色之间的亲近关系,似乎已经走入了他们的内心世界。□



□ 过肩镜头 (OTS)

隔着一个人的肩膀拍摄另一个人的脸部或上半身。过肩镜头往往成组拍摄,以便在之后的编辑中展现出两个人的表情。



□ 极特写镜头 (ECU)

向观众展现了某个特定的细节,比如在纸上写的字,或仅仅强调出某一段特殊的台词。

轮到你了

下次看DVD或电影的时候，请择选出你最喜欢的片断，看能辨认出多少摄像角度和景别。尝试着去分析这些镜头是如何烘托和推进情节发展的。

□ 景别案例

我们如何利用不同的景别烘托出扣人心弦的情节，如何向观众传达信息？下面让我们看一组镜头案例。

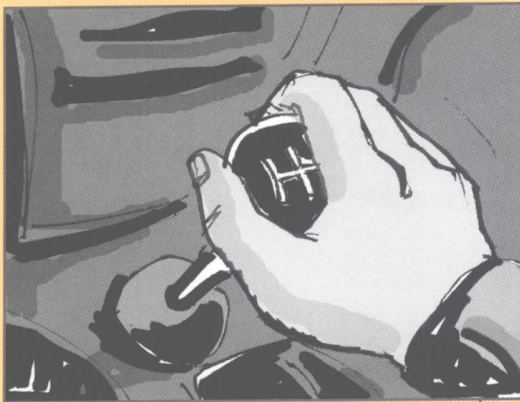
镜头 1 ○

以特写镜头开场，介绍角色。



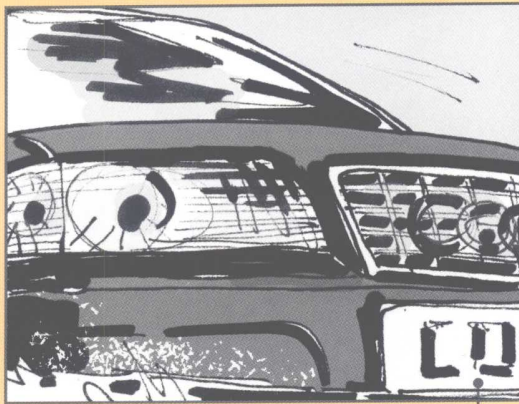
镜头 2 ○

第二个镜头是一个大特写镜头，交待角色正在开车。



镜头 3 ○

正在换挡的手部特写，给人感觉汽车行驶得很快。

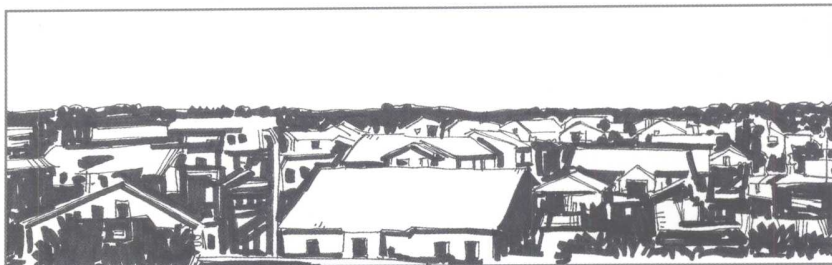


镜头 4 ○

另一个特写镜头，这一次是行驶中汽车的前部特写。

第24课 摄像机运动和注释

一部电影由一系列镜头组成，很多镜头效果需通过特殊的设备才能实现。比如，19世纪70年代，盖瑞特·布朗（Garrett Brown）发明了一种轻便、可以手提的电影摄影机机座，叫做“稳机”（Steadicam）。电影大师库布里克（Stanley Kubrick）在他的电影《闪灵》中大量使用了这种技术。此后的电影中，他也运用了稳机。摄像机的运动是为了吸引观众的注意力，让他们沉浸在电影的世界中，与电影情节融为一体。分镜头脚本设计师必须多关注摄像设备的功能，在分镜头脚本上添加必要的注释，以便向导演、摄像强调出摄像机的运动方式。



□ 摇摄

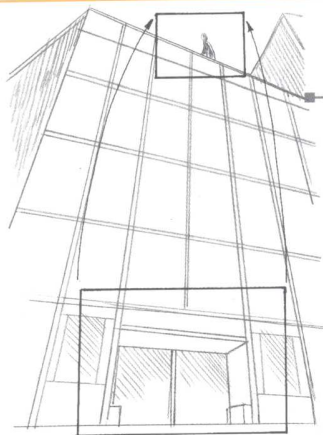
摇摄大概是最常见的摄像机运动方式。摇摄是指当摄像机机位不动，借助于三角架上的活动底盘或以拍摄者自身做支点，变动摄像机光学镜头轴线的拍摄方法。一个简单的摇摄镜头用于向观众交待场景和位置。在分镜头脚本上，一般用箭头注释摇摄的方向（从左到右或从右到左）。



□ 摇摄和推进

如果我们想关注某一个特定的细节，比如墙上的画像，可以边摇摄边推进。这种技术手段在分镜头脚本上用两个箭头注释。





垂直摇动

将摄像机沿垂直方向上下摇动。它可以用来显示一幢楼房的高度，或从上到下（从下到上）打量一个物体。在垂直摇动的同时，也可以配合推进。



使用移动车

移动车是用于放置摄像机，下面带有轮子的平台。移动车可以在轨道上行驶，达到精确移动的效果，也可以摆脱轨道自由行动，通常情况下，移动车都是水平活动的。



眩晕效果

眩晕效果，有时候也叫做移动缩放。它是通过边推进边向外移动，或边拉远边向外移动实现的。这种效果通常为了强调混乱、惊奇或震惊。画面中物体的大小相同，但是它周围的透视发生了变化。眩晕效果名字来自于1958年希区柯克的同名电影《眩晕》。在剧本或分镜头脚本中，通常用空白处的文字而非箭头注释出该效果。



使用稳机

稳机是一种摄像机控制装置，能够保证摄像及操作者将相机架在身上以后，避免出现类似手持摄像机时产生的碰撞与颤抖，带来流畅的运动效果。

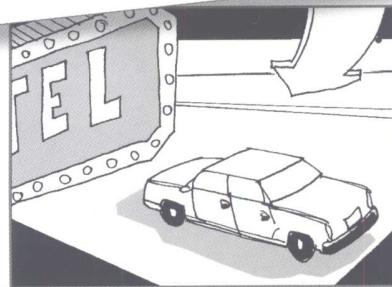
使用摇臂

摇臂是一个安装在轨道车上的机械手，将摄像机绑定在上面，可以上下移动。使用摇臂可以创造出多样化的运动方式，比如边摇动边轨道移动。



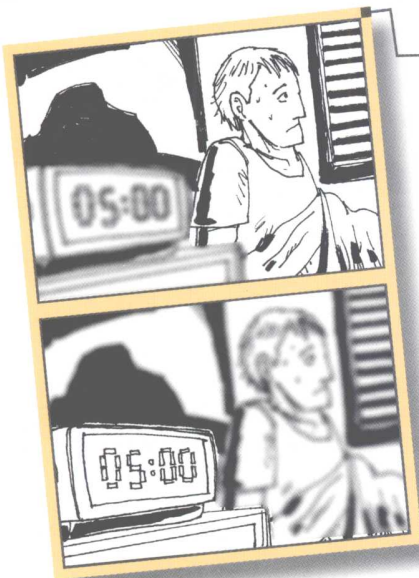
摇臂升降镜头

升降镜头创造出宽阔、有趣的全景镜头。在右图中，箭头表示摄像机下降并向停泊着的汽车靠近。



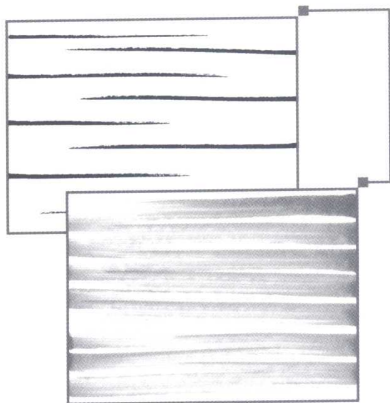
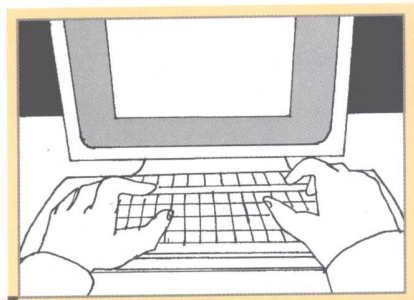
□ 调焦（变焦）

有时候需要转变画面中两个角色的焦点。这时候，摄像助理——承担着调焦工作——就会进行焦点转换的操作，以产生如左图的效果。在分镜头脚本中，可以用文字或绘制不同焦距的两个画面表示出这种摄像机运动。示例中的效果可以通过Photoshop或其他类似的制图软件中的“模糊”插件实现。



缩放 □

缩放给人的感觉是摄像机正走近或离开物体，物体渐渐放大，或渐渐缩小。这种技术用以强调某个细节或某个动作。根据情节节奏，缩放的过程可以快速或缓慢。在分镜头脚本上，用箭头可以表示缩放效果。

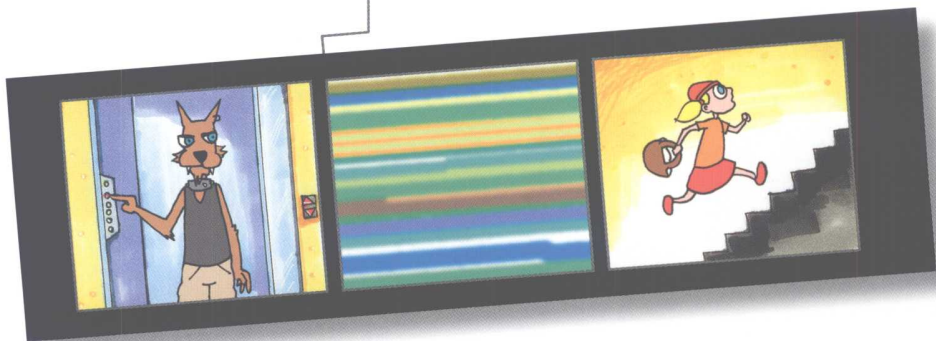


□ 快速摇摄

摄像机快速地从一端摇向另一端。这种运动方式有时候通过编辑实现，更多时候只是借用一个有两种不同画面的摇摄镜头。因为速度很快，观众根本看不清画面上是什么内容。

□ 动画中的快速摇摄

在动画片中，快速摇摄效果是通过一系列与前后两个场景颜色相近的模糊线达到的。



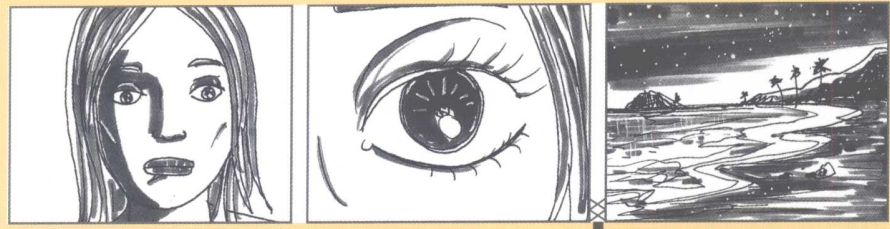
□ 视点镜头（POV）

在主观视角镜头中，摄像机向观众展示了某个特殊角色的所见。主观视角能让观众更好地融入到荧屏的动作中去。

跳离镜头和过渡方式

为了保证整部影片的流畅性，我们需要制作一些特殊的镜头，它们叫做“跳离镜头”。跳离镜头的作用是使观众的注意力跳离主要动作一段短时间，转接到另一个镜头。文字剧本中几乎从来不包括跳离镜头，这主要是导演和分镜头脚本设计师的工作。

过渡是从一个场景或镜头到另一个场景或镜头的运动方式。它们基本上通过剪辑和后期制作实现，通常只注释在分镜头脚本中，更多时候是在影片制作的后期完成此项工作。



淡入淡出 □

淡入淡出或叠化是最常见的过渡方式之一——一个镜头的最后一个画面逐渐消失，下一个镜头的第一个画面逐渐出现。在分镜头脚本中，淡入淡出效果可以如上标识。

□ 通过相同元素的关联剪辑

有些剪辑通过场景中相同的元素将两个镜头连接在一起，比如，从一个场景中的水珠，到下一个场景的雨滴；或者，就像左图所示，从坐在扶手椅的男人所看的电视屏幕到酒吧墙上的电视机。

划像 □

划像即用新场景将前一个场景推出画面，这是很有效的过渡方式。它非常常见，以至于导演不提醒，分镜头脚本设计师会忘了有这么简单的过渡方式，在分镜头脚本中，箭头代表了划像的方向。



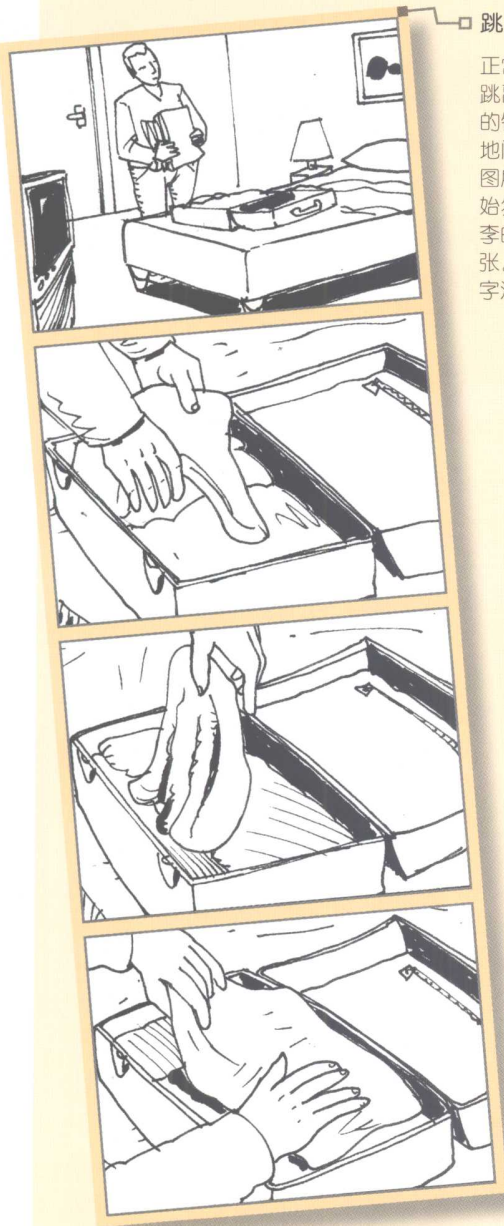
□ 分画面

分画面是在屏幕上同时显示两组或多组不同的画面，比如，同时显示打电话谈话的两个人。在分镜头脚本上，所有设计师都会在同一画面框中画出一条清晰的分割线，然后画出不同的动作来表示分画面镜头。

更多跳离镜头和过渡方式

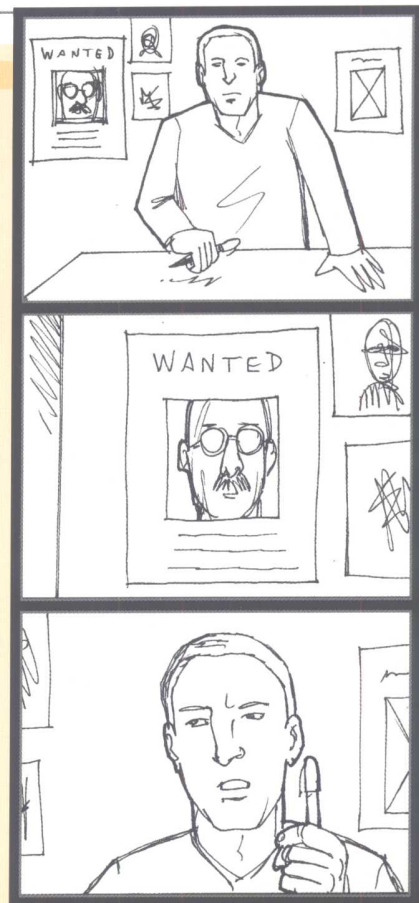
□ 跳接镜头

正常情况下,导演并不愿意观众感受到明显的跳离镜头,但是跳接——有意识地将两个以上的镜头不按照时间顺序连接起来——能够有效阐述一个观点或表达某种特殊的情绪。如左图所示,男主角发现有人正在跟踪他,于是开始匆忙地整理汽车旅馆的房间。男主角打包行李的跳接镜头能够有效地表达出当时情况的紧张。在分镜头脚本中,没有跳接镜头的对应文字注释,需要把所有画面画出来。



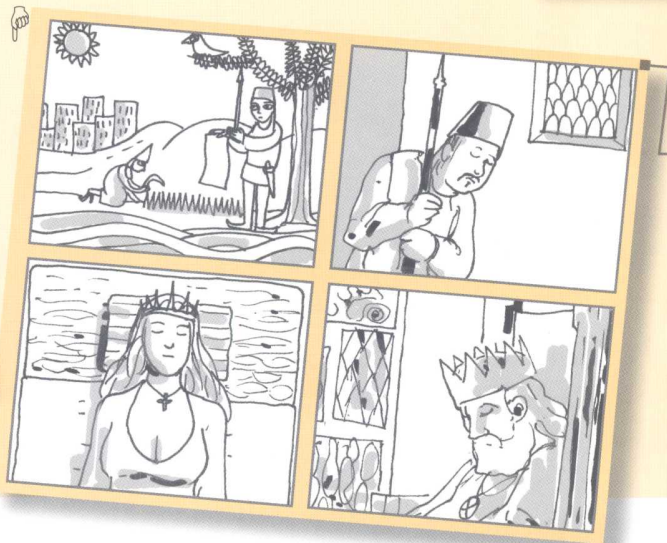
□ 旁跳镜头

旁跳镜头出现在主动作时,却不是主动作一部分的镜头。它可以强调某个细节或弥补主镜头中的错误。因此,经验丰富的导演常常会在一个场景中多拍几个这样的镜头。即便是最出色、最专业的演员,也不能在重复拍摄时确保每遍演出都分毫不差,而一个处理得当的旁跳镜头能很好地掩人耳目、蒙混过关。



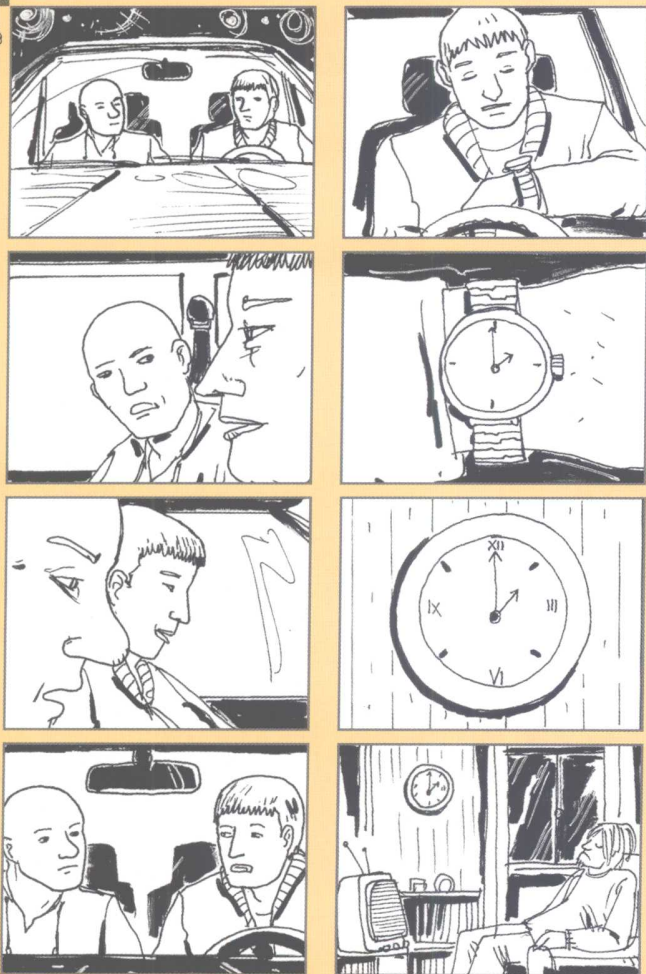
□ 插入镜头

某些剧本在故事的发生过程中设置了部分闪回片断,场景由此与电影整体风格脱节,变成画面的拼贴甚至是动画,因而被称为插入镜头。



关联镜头

旁跳镜头的反义词是关联镜头。通过两个场景中相同、相似、相关的元素实现镜头转换。如下图所示，从腕表到墙上的时钟就是关联镜头。这些内容不会出现在剧本中，事实上，你最多只能在剧本中找到“切换到”三个字。



蒙太奇镜头

蒙太奇通常没有台词，借助一系列画面或场景的组接来体现时间的流转或事件的过程。比如，如果一名运动员正在为一项大赛做准备，我们可能运用蒙太奇镜头展示他数以月计的训练过程。剧本中会对是否运用蒙太奇作出要求，如果你不能确定别人会不会误读画面，可以在分镜头脚本的页面上作出相关注释。



第25课 连续性和叙事性

就分镜头脚本而言,“连续性”指镜头到镜头的流动与连贯。有时候,我们会把分镜头脚本的连续性与剧本指导所称的“连续性”相混淆。他们所谓的“连续性”是指细节的一致,比如道具、场景设计、服装等。尽管这两个概念很类似,但是,分镜头脚本更注重镜头与镜头之间的动作感,更注重整体协调。

每个镜头都应该自然地转向另一个镜头。电影中的“野镜头”——错位或意想不到的镜头——让观众立即意识到故事中即将有某些状况发生。一些保持连续性的规则,比如前面提到的180°准则(详情请见第96页),可以避免观众对这种镜头引起的视觉错位感到困扰。不过凡事都有例外,不少导演不断探寻新的叙事方式,突破了常规的叙事结构,经常解构剧本,颠倒事件发生顺序,或同时从不同角度看待同一个故事。然而,即便是为了最终能够打破所有规则,你也应该首先了解并掌握所有规则。

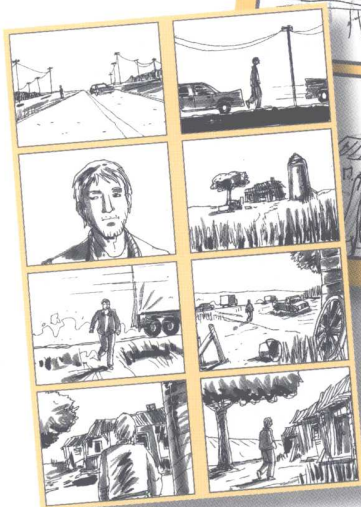
文字剧本除了大概描述之外很少能提供其他内容,只能作为工作之初的参考。我们需将场景视觉化,才能真正地将文字变成一系列镜头。在剧本中,最重要的是场景中的元素,即背景、角色和当时的情形。

如右图所示的脚本中,出现的不同元素是公路、农场和男人。

一个男人正在路边行走。他看到远处田野的尽头,是一座小小的农舍,于是离开正道,径直向那座看似废弃的房屋走去。

将元素视觉化

如果你没有得到具象的参考资料,不妨发挥自己的创造力。画一个貌似废弃的农场,一条道路,表意即可,无须着过多笔墨。导演看重的是跳离镜头和镜头组合。稍后,才会为分镜头脚本安排故事发生的具体场景、位置等细节。



电影



电视



广告



游戏



动画



动画中的连续性

在动画片中，场景和角色都在分镜头脚本阶段同时设计完成。尽管工作过程中会有所修改，但是大体保持不变。因为动画角色并非真人，对话时的每一个动作都必须手工绘制出来，因此动画中的连续性比其他任何媒体形式更为具体。

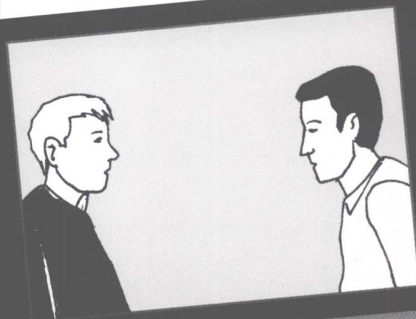
特写。



特写。



双人镜头。



安全镜头

除非有强制命令，否则创作分镜头脚本要有首要原则即安全，多使用“安全镜头”，即导演容易接受的典型镜头模式。如果你正在创作一个对话场景，那么常规的模式是：带透视的特写镜头、双人镜头（两个对话者的镜头）和过肩镜头（详情请见第108页）。

过肩镜头。



头脑风暴的展开有利于新创意的激发，因此，与导演交流很重要。除此之外，导演只能将镜头列表写下来，然后发送给你作为参考（这种情况确实时有发生）。根据剧本的不同，分镜头脚本也有很大变化。有时候，你可能不知道如何开始，或如何对付某个特殊的场景。有些剧本则存在某些由来已久的问题——比如作者不知道某个场景如何结束，就简单地写上“淡出”两个字。

下面，让我们看看分镜头脚本如何用不同方式解决同一个问题。

C 闪回镜头

文字指导提示，下面的镜头都是闪回的。

A 确定场景

这里告知场景的里外以及发生的时间。

B 更多细节

确定了第一个镜头。

内景·房间—客厅—夜晚

一个女人站在窗边，望向大海。在海平面上，可以看到一艘小船。

淡出

不必要的淡出

淡出是一种过渡方式，代表某个场景或动作的终结。在这里，我们该如何操作呢？首先，应该看下一个场景如何展开，然后再决定如何连接上下两个场景。有时候，直接硬切到下一个场景就足够了；有时候，则可能需要关联镜头等的过渡（详情请见第115页）。重新回到此剧本，我们看到，上下两个场景的转变较大，跨越了不同的时间——黑夜到白天，不同的地点——内景到外景。因此，简单地从一个场景切换到另一个场景就可以了。在分镜头脚本中，不需要画淡出画面。

外景·小船—白天—闪回镜头

阳光灿烂的一天。10年前，年轻的女人与一位青年男子站在摩托艇的甲板上，巡游大海。

D 参考意见

也许，第一个镜头的落点是海面上的小船，第二个镜头的起点是不同时间的海面，然后切换到甲板上的一对年轻男女。用水面做过渡，比淡出的效果好。直接淡出可能会打乱故事的连续性。这可能是你对剧本的理解和对镜头的诠释，虽然与剧本指导不完全吻合，不妨把它们表达在分镜头脚本中，如果是有益于叙事的创意，相信没有人会反对。

下面提供了另外两种在分镜头脚本中对待淡出的方式。

A



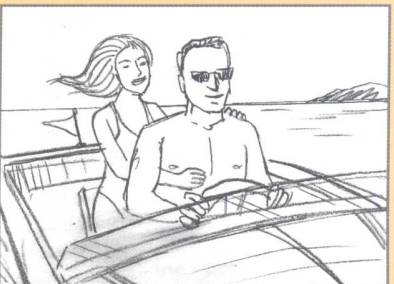
B



C



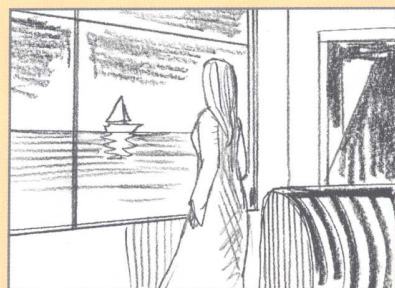
D



□ 选择1：特写

强调女人正在回忆过去是很重要的。出于这种考虑，你可以将第一个镜头落在回闪前的女人特写上。从逻辑上说，特写较容易显示出角色正处于回忆中。同时，下一个场景的声音从前一个场景的女人特写后期开始叠化。

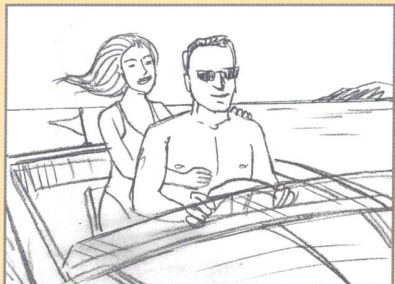
A



B



D



□ 选择2：切换

比起长时间聚焦在处于回忆中的角色来说，直接切换到另一个地点和时间也许更有效、更出人意料。如果想要直接切换，剧本中可能会出现“切换”字眼的注释。

第26课 构图

不管分镜头脚本还是最后成片，构图都是一件重要的事。这不仅出于审美的考虑，还有技术方面的原因——可能因为作品中某个特殊场景或动作段落的要求，或因为指导和编舞等的要求。有些导演非常热衷于为电影做前期准备。希区科克曾经说过，他在电影制作中享受到的最大乐趣，就是为镜头拍摄做准备。回想一下你看过的电影，那些经典的片断背后，都凝结着工作人员不懈的努力，比如，库布里克《2001：太空漫游记》中著名的开场片断，在前期一定付出不少心血。

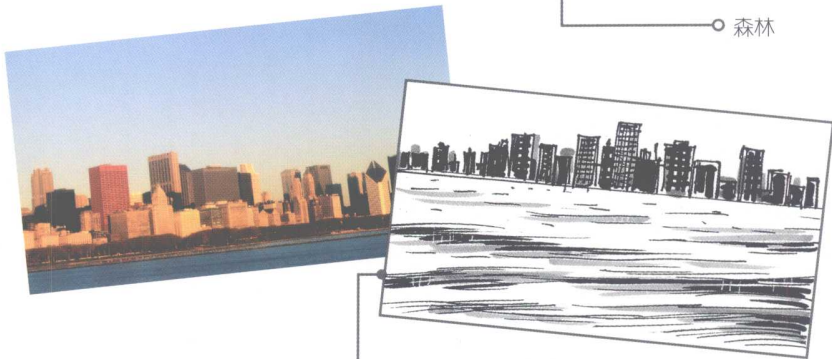
因此，即使在分镜头脚本阶段，尤其是电影和动画的分镜头脚本，构图是一个重要的因素。为了完善构图，必须经过充分的调查研究，从尽可能多的渠道收集资料，接收来自制作公司的参考材料，同时借鉴多年来的个人积累素材。

关于场景的概述和延伸

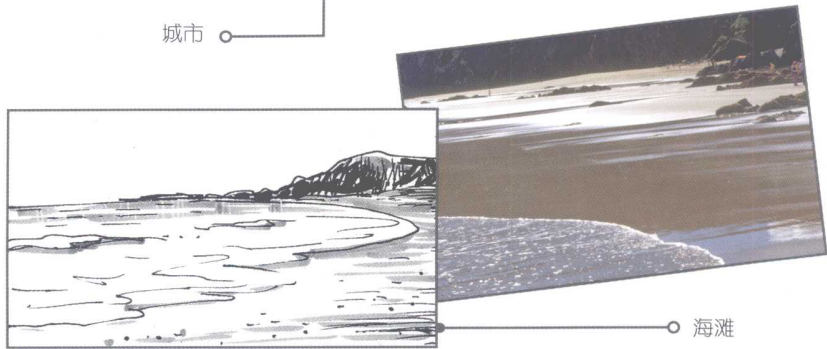
在大多数情况下，剧本不会提供太多细节，从寥寥的几个字中，我们就要联想到当时的场景。



○ 森林



城市 ○



○ 海滩



电影



电视



广告



游戏



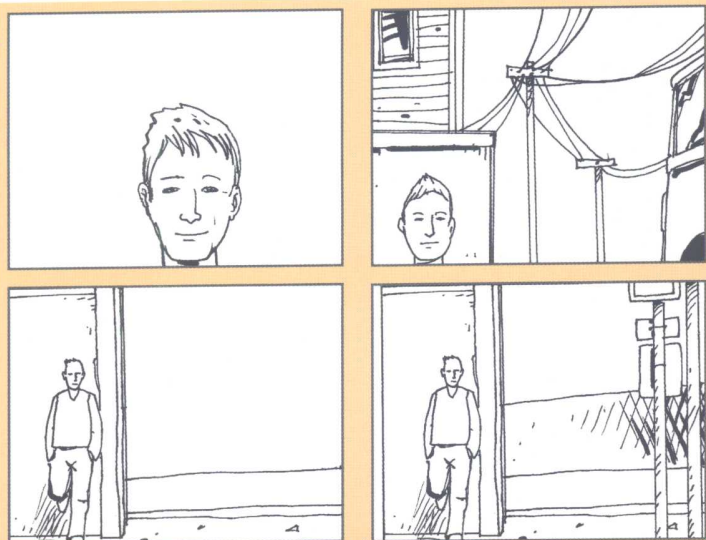
动画

画面平衡

经过练习之后，保持画面平衡已经成为了自然而然的事情。因此，你通常不会在镜头中如此展现男人的头部。

留白空间

有时候仅仅看到画面，你就“感觉”到似乎缺了什么。这是眼部寻找平衡感时的直觉反应。当你用照相机拍摄的时候，构图几乎是一件本能的事情。



失衡的画面

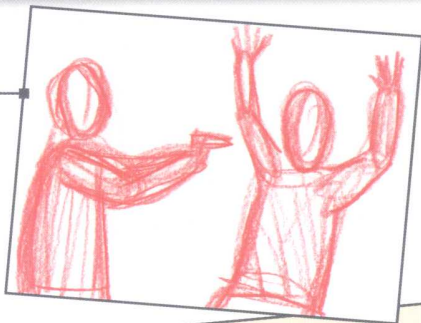
不过，有时候，导演可能有意识地追求画面的失衡。在艺术电影（非主流电影）和希望摆脱常规构图法则的电影中，这样或许不失为一种有效的方法，能使观众感到不安。

添加细节，改进构图

在空白部位添加了墙壁与树木，达成了画面的平衡。即使是画草图，也要养成完善构图的习惯。在空白处添加细节，平衡画面。经过练习之后，你会习惯于检查构图上的缺陷并及时改进。

提高技术

为了提高构图技术，你可以尝试画一些简单的形状，如右图所示。放松双手，不用在乎究竟画了什么，这是增强作品流畅性的很好的练习。



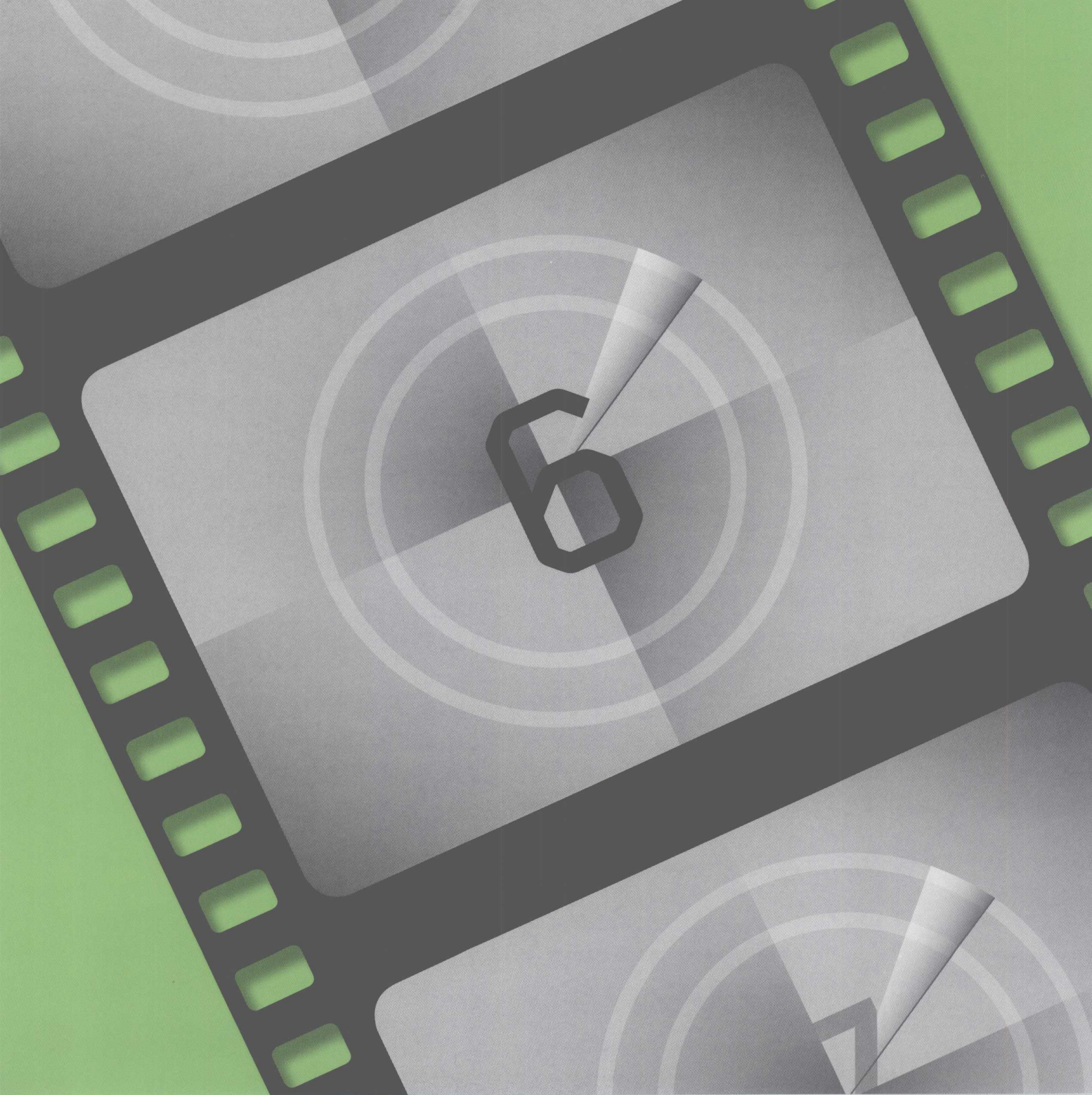
视线高度

构图的另一大重要原则是保持视线高度的一致。看任何一部电影，我们注意到在同一场中的若干镜头，角色的视线高度或多或少保持一致，就好像通常我们与某人谈话时，盯着对方的眼睛一样，只是现在换成了屏幕。如果视线高度一直在变化，谈话就很难继续下去了。

有意识地留出空间

构图的一大重要原则是为角色面朝的方向留出适当空间。空白处说明另一个角色的存在，并且将观众的视线吸引到那个方向。





第6单元

从文字到画面

综述	124
第27课: 该寻找什么	126
第28课: 情绪板和关键帧	128
第29课: 剧本全接触	132
第30课: 现在, 你得到了一份工作	134
第31课: 广告: 该画什么	138
第32课: 接受建议	140
第33课: 提高工作效率	142
第34课: 工作前的准备	144

从文字到画面



电影



电视



广告

不管是制作电影还是广告，有时候制作公司除了剧本之外没有为分镜头脚本设计师提供任何其他资料。分镜头脚本设计师只能自己收集工作所需的所有信息，比如，关于地点、服装的资料等。所幸的是，这种情况并不是时有发生。一般说来，制作公司或广告公司的创意团队会密集地召开头脑风暴会议，完善他们的想法和创意，然后给分镜头脚本设计师一份有助于分镜头脚本绘制的简单描述或论述。分镜头脚本是连接创意（通常是口头或书面形式）和画面的桥梁。本单元将介绍分镜头脚本设计师着手工作时可能接触到的几种不同的文本形式。

□ 简单描述

你可能只得到一份简单的文字描述创意稿，配合一些视觉参考资料。如果连参考资料都没有，就只能动用自己积攒的私人资料库了。即使已经知道了确定的时间或建筑风格，画出来的东西也可能偏离作者的想法。因此，为了避免误解和不必要的修改，首先用具象的视觉参考资料确定文字表述的真实意图是非常有必要的。



标题：扬特罗

想像东方的女探险家劳拉·克劳福特……

梅是一位天赋极高的欧洲数学家、娴熟的电脑黑客和军事行家。当她侵入一台有关博物馆展物的电脑时，意外发现了一些惊人的信息，也由此卷入一场纷争之中。她与“雇主”的人身安全受到危险，于是，他们逃离了那座城市。

在神秘人的追击之下，他们经过中东、印度，翻越喜马拉雅山，进入中国和日本，终于找到了宇宙神秘力量的源泉。梅意识到，那可能带来世界的毁灭——也可能是开启新的世界。

公元2011年，伦敦即将迎来历史上最伟大的盛事之一——2012年奥林匹克运动会。尽管政府作了周全的计划，投入了大量资金，城市却因为强制分权导致大规模经济衰退。伦敦不再是千禧年幻想筹划的那座活力大都市。

金梅诞生在香港，她的爸爸是英国人，妈妈是移居到英国的中国人。孩提时期，她已经展露出数学和音乐方面的天分。18岁的时候，她获得了计算机专业博士学位。有一天，梅的“老板”萧让她潜入一台库存在伦敦大学地下室的旧电脑，并把窃取的资料交给他。

资料的内容很让人费解，其中还有一些神秘的数字，萧难以领会，梅向他解释其中的意思。

之后，萧被两个可疑人物跟踪，费力得以摆脱。萧对梅说，他们可能有麻烦了。

梅则在唐人街险些遇害，不过她还不能确定，是有人想谋杀她，还是街边混混们交手几乎误伤她。

概要

概要是最简要的故事梗概，一般从较长的故事（最通常就是剧本）概括而来。长篇影视作品的概要通常在一两页，包含了故事中的主要情节。如果制作公司或制片人打算投资该片，分镜头脚本设计师需要从概要中凝炼出几幅关键帧来。

论述

影视长片的论述比概要更详尽、更细腻一些，在10—15页纸，包括了每一场的主要情节，但是不包括台词。论述的主要功能是吸引潜在制片人和投资商的兴趣。这时候，分镜头脚本设计师可能需要将论述可视化，画一些关键帧、情绪板。

广告制作一般从论述开始。论述的内容因客户和公司而异，不过大致框架都差不多，除了基本故事梗概，还有关于产品、演员阵容和拍摄风格的信息。广告公司和制作公司的论述也不尽相同。广告公司更注重创意，而不是制作过程。一旦导演就位之后，还可能推翻以前的创意重新策划；制作公司的论述则倾向于直奔摄制等技术问题。公司通常会把他们以前的所有作品和素材给你看，不过其中大多数都是针对客户和工作人员的，你需要从中提取出跟自己相关的信息。

萧坐着，凝视着玻璃杯中的咖啡粒。与梅的争论毫无结果，让他看不到一点希望。他必须承认，梅太聪明了，聪明得难以应付，在各个方面都很优秀。到目前为止，他还需要梅的帮助，帮助他找到答案，破解谜题。当然了，梅对他的认识还很片面——应该说知之甚少。他拥有巨额财富，富有到一般人难以想像，他从来不曾惹上官司。萧深信，他的好运来自于自己非凡的自信——与生俱来的自信。当他还是孩子的时候，体内就孕育着自信。他甚至不知道自信缘何而来；似乎他就应该是这个样子的，原来他以为所有人都是这个样子的。萧身上有一种冷漠的高傲气质，似乎能在无形中拒人于千里之外，即使如此，他仍然时刻卷入是非之中，成为众人瞩目的焦点。

不过现在，他获得了片刻的安宁。他是酒吧中唯一的欧洲面孔，与一位欧亚混血姑娘在一起。没有人认识他们，除了一开始粗粗地一瞥，没有人再给予额外的注意。甚至梅起身离开以后，也没人关心为什么她独自离开了。大家目送姑娘的离开，嗅到她在留下一路芬芳，但是没人留心孤身一人的萧。现在，该轮到萧离开了。他正准备起身，两个明显不属于这里的男人……

第27课 该寻找什么

电影

电影故事片的前期准备和调研工作周期较长，这往往为分镜头脚本设计师提供很多额外的参考材料。而且还有一定的经费，支持设计师买他们所需的资料，比如为了保障设计师的工作，制作公司报销购买书籍和电影资料的支出。在广告公司的情况就不同了。制作周期短，时间通常都非常紧张。分镜头脚本设计师往往前一天刚收到创意概述，后一天就要交稿。

因为时间的限制，设计师在一开始与公司的交流会上，就必须收集到尽可能详尽的信息。在收集到的所有资料中，哪些是首先应该抓住的重点呢？

故事情节

故事情节是对电影的简短描述，可能包括台词，不过有时候仅是论述。故事情节可能非常简洁，没有太多解释和细节，你必须从信息中提出与分镜头脚本相关的重点。

产品展示镜头

产品和商标如何准备、如何放置？是使用数码特效还是简单构图？文字浮于画面上方，或单独列出来？

演员阵容

他们心目中的角色是什么样子的？角色的身体特质、社会关系和行为模式又是怎样的？



“再来一杯”咖啡

宣传语：整个世界与我们的咖啡相恋

创意：展示全世界的恋人在浪漫一刻享用我们的咖啡。除了定场镜头，其他镜头均为特写，主要展现握着的手和拿着咖啡杯的手。

巴西，里约热内卢，狂欢节：深夜，一对恋人离开嘈杂的嘉年华，进入一家小小的咖啡厅，点了两杯咖啡。

纽约：一对恋人从黄色出租车中出来，跑进一家路边小馆，坐在餐椅上，服务生为他们倒上咖啡。

罗马/佛罗伦萨/米兰：露天咖啡馆，一对恋人正在喝卡布奇诺咖啡，无视身边人声嘈杂。

巴黎：典型的巴黎风格咖啡厅。一对恋人正在分享经典言情小说和咖啡。

伦敦：早晨，一对在床上的情侣。男人起床，为他的爱人准备速溶咖啡。



□ 地点

影片发生的地点在哪里？公司可能已作安排，不过更多时候，特别是在客户脚本阶段，他们只有一个大概想法。

□ 摄影风格

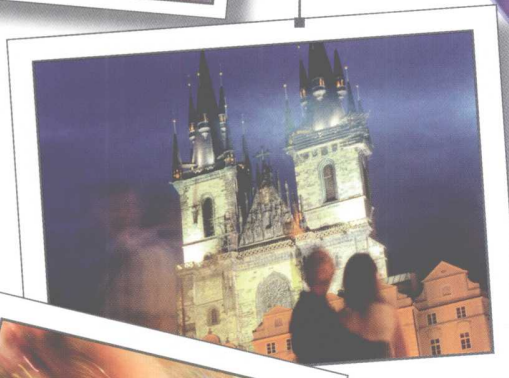
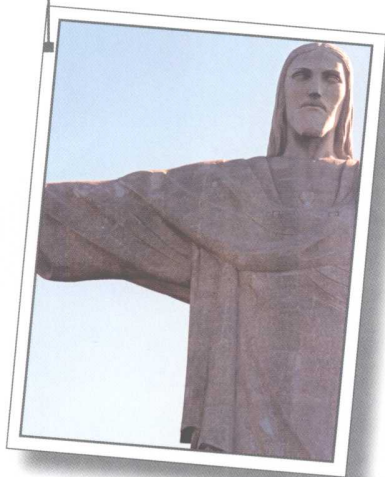
电影看上去是什么样的？这一点很重要。通常，导演会在论述中加入一些参考图片，表明他/她想要的画面风格、颜色等。

□ 声音

有没有特殊的主题歌或特定的音乐风格？音乐和音响能表现电影的节奏。

□ 评论

论述中通常包含了导演或负责人对于广告的个人观点，向客户阐释他们的创意如何特别，如何有利于产品的展现。作为一名分镜头脚本设计师，你需要更加具象的信息，比如关于某种特殊视觉效果或整体风格参考的信息。



“再来一杯”咖啡

巴西，里约热内卢，狂欢节
定场镜头（影片一开始，或一场戏的开头，用来明确交待地点的镜头，通常是某种视野宽阔的远景）：

晚上，嘉年华。一个有关人群的升高宽镜头，配以鼓声等各种嘈杂的声音。摄像机沿轨道在人群中穿过，捕捉他们衣服和动作的特写。显示一对恋人的背部，他们正在观看熙熙攘攘的人群。

服务生的特写
壶中的咖啡
特写杯子
桌上。特写镜头
握着另一个
拿着咖啡杯。

显示男人握着女人的手，带领她穿过人群，向街边的咖啡厅走去。使用手持摄像机。咖啡馆的灯光昏暗，桌上点着蜡烛。耳边传来嘉年华的嘈杂声。恋人坐在桌边，特写他们握着的手。

宣传语：整个世界与我们的咖啡相恋

第28课 情绪板和关键帧



情绪板是公司为了展现广告的整体情绪，为影片挑选的关于人物、地点和风格的画面集合。这些画面都钉在一块大黑板上，在头脑风暴和客户会议上作展示。

在公司会议过程中，你需要根据论述和说明绘制草图。当然，你也可以在取景、构图、角色表达、地点等方面提意见和建议。

有时候，出于种种原因，艺术总监可能明确绘制的画面张数，比如需要以特殊手段为客户展现视觉化的创意；或出于经费和时间限制的考虑。

不管怎么说，分镜头脚本设计师所要做的第一步是索要资料——公司提供的情绪板，甚至是真实的产品。

下面，让我们看一个具体案例。



清晨。
苏醒的男人，走进厨房，打开冰箱，拿出一纸盒橙汁。这时候，有人按门铃。
男人打开门，一名女邮递员分发邮件。这时，她注意到男人身后厨房角落里的橙汁。突然，她将邮件洒向空中。
男人非常惊愕，他从草坪上捡起散落的邮件，看到女邮递员已经进屋了。
他走进厨房，发现女邮递员正在喝橙汁。
产品展示镜头。

情绪板和剧本

在为剧本撰写论述的时候，艺术总监和策划团队已经多次碰头，召开头脑风暴会议，收集能够激发灵感的材料。

轮到你了

□ 颜色

任何东西都可以作为情绪板的内容：从杂志上剪下来的图片，数码照片，电影的片断画面等。浏览情绪板，可以大致看出影片的色彩组合。

□ 地点

情绪板还可以显示地点。在什么都没确定的阶段，一幅简单的照片也许就是创意的源泉。

□ 演员

这个阶段尚没有指定演员。你可以在情绪板上推荐某人，选角指导会根据此人的“感觉”挑选类似演员，但不一定就是情绪板上的那个人。



在旅行的时候拍摄你所看到的地点和人物。在工作室的墙壁上建立你自己的情绪板，逐渐创建一个关于城市、背景、人物和任何吸引你的东西的资料库。

关键帧

让我们换一个看文本的方式，学着从故事情节中快速地摘选出关键帧。关键帧是最重要动作发生的画面。

我们知道，一个完整的广告包括客户图片或产品镜头（通常就是一系列产品展示的镜头），还有定场镜头或开场画面。仔细地研究剧本，我们会进一步发现，为了流畅地表达一个故事，还需要其他一些重要镜头，比如，展现男人起床、手中拿着产品站在冰箱前、打开门等。

摘选出关键帧

清晨

- ① 苏醒的男人，走进厨房，打开冰箱，拿出一纸盒橙汁。这时候，有人按门铃。②
- ③ 男人打开门，一名女邮递员分发邮件。这时，她注意到男人身后厨房角落里的橙汁。突然，她将邮件洒向空中。④
- ⑤ 男人非常惊愕，他从草坪上捡起散落的邮件，看到女邮递员已经进屋了。
- ⑥ 他走进厨房，发现女邮递员正在喝橙汁。⑥

方案：5个关键帧+产品展示镜头，结构如下：

- ① **定场镜头**
(屋外或正在起床的男人)
- ② **状态/介绍**
(男人站在冰箱前面，手里拿着果汁，有人按门铃)
- ③ **状态**
(男人打开门，女邮递员看到橙汁纸盒)
- ④ **动作**
(女邮递员将邮件洒向空中，男人捡起它们)
- ⑤ **结论**
(男人发现女邮递员正在厨房里喝橙汁)
- ⑥ **产品展示镜头**
(产品+价格)

如果想把故事讲清楚，显然需要更多画面，不过向客户展示的时候，有这几个画面通常就够了。

① 定场镜头

卧室的宽镜头，男人正在起床。由此我们明白这是清晨。这幅画面是故事叙述的起点。



② 状态/介绍

中景，男人打开冰箱，拿出一纸盒果汁。在这里展示了产品。我们没必要看到男人从卧室到厨房的全过程，因为那和故事无关。本来还应该再增加一个画面，显示有人正在按门铃。为了简化，只显示了几条线（如图中所示），表示画面的同时还有声音。



③ 状态

男人打开门，看到派送邮件的女邮递员。一个过肩镜头，我们透过人看到背景中的产品。



④ 动作

这个镜头也叫“反转镜头”，是对前面那个过肩镜头的回应。请注意，人物的位置依然遵循180°准则（详情请见第96页）

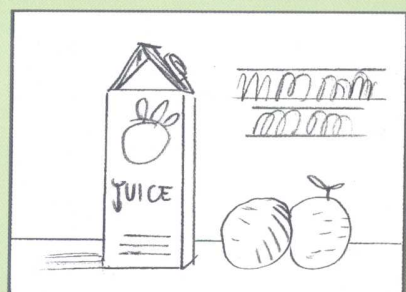


⑤ 结论

电影中倒数第二个镜头。这个时候，草坪中捡邮件的男人不是重点。在广告中可能插入这个镜头，不过必须与导演商议如何合适地展现。本分镜头脚本用于向客户讲解创意，因此没有加入男人捡邮件的镜头。

⑥ 产品展示镜头

最后，我们以一个产品展示镜头收尾。一般说来，广告公司早就有了关于这个镜头的精确拷贝版本，因为客户通常都备有通用的产品展示镜头和广告语，可以用在任何一条广告中。



第29课 剧本全接触



电影



电视



广告

制作一部电影故事片，往往先从剧本入手。电影故事片的剧本大概100-120页，你可以从制作公司那里获得最新版资料拷贝。

从剧本着手，并不总是画拍摄脚本或产品板。有时候，为了节约成本，在没有确定导演的情况下，有可能请你绘制分镜头脚本。这时候，你必须统领全局，充当“导演”的角色。此阶段，唯一的参照依据就是文本。无论遇到什么难题，都只能靠自己的智慧解决。在没有确定导演的情况下工作是很困难的，每一个镜头都需要自己创造。

当然，没有导演也有好处，不需要开那么多会，可以节省时间，在创作上投入更多精力。不过在制作前期，因为缺少能够拍板的人，制作公司或制片人可能提出很多修改意见，做较多的删减，无形中又增添了不少工作量。

在此阶段，导演通常更侧重于产品价值，强调如何向潜在投资者展示可能由此带来的利润。因此，设计师更倾向于细节渲染，喜欢展现剧本中的动作和特色等吸引人的东西。

一旦导演确定之后，有必要根据他/她的想法重新绘制分镜头脚本。在这种情况下，最好的办法就是彻底抛弃原来的版本。也许有些镜头可以通用，但是重新开始会更好一些。

第一遍阅读

在着手画分镜头脚本之前，首先要通读一遍剧本，对故事有个大致的了解和印象。重中之重，是理解摄像风格、节奏、特性，以及导演或作者的观点。



外景，达尔湖，斯利那加，克什米尔——白天
梅和萧坐在西卡拉式（shikahara）船中，向着他们的船屋驶去。
他俩沉醉在荷花池的宁静祥和之中。

梅
真是难以相信，这里曾经发生过战争。话说回来，谁不想拥有这块美丽的圣地呢？简直和天堂一样。

萧
我已经很久没看到你放松心情了，今天怎么那么开心？是因为山上的空气好吗？

梅
不知道。这个地方很特别，或者，仅仅是因为没人知道我们在哪，这种感觉真好。
山雨欲来风满楼，事情发生之前总有征兆。这时候一声闷响，爆炸溅起的水花浇湿了众人。船老大用乌尔都语喊叫着，加速划向最近的船屋。另一艘快艇正在追赶他们。子弹扫射，但是不太精准。

船老大
真主保佑我们。请你们从我的船上离开。如果你们不走，那些人会把船毁掉的。

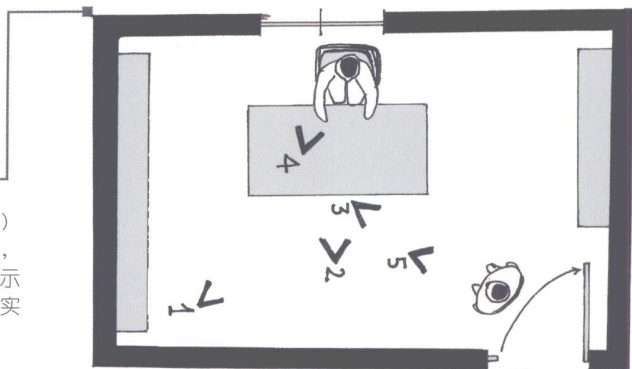
萧
要我跳到水里？不行，跟他们拼了。开到船屋中间去。
船老大灵活地驾驶着船。梅早就站起来，爬上了船屋的软梯，跃到甲板之上。另一艘船屋正在靠近，当它接近的时候，梅猛冲过去……

参考资料

准备好所有需要的参考资料。如果画关于追踪或撞车的场景，车模就是十分重要的工具。如果画服装，就要参考在当时特定时期的服饰。

场景平面图

大多数时候，惊险动作（特技动作）会配合场景平面图（如右图所示），不过对于导演和摄像指导来说，展示画面和镜头组的分镜头脚本更为实用。



F/X

F/X是特效的缩写，也叫做特殊效果（SPFX）。这个名词涵盖了所有加入到电影中去，以及前期制作的视觉元素，比如，添加简单的烟或雾。特效可以是机械的，比如电动角色或模型；也可以是数码的，比如3D电脑动画和效果。如果影片中含有特效，那么制作团队可以通过分镜头脚本来权衡时间和金钱等成本。导演可能会，也可能不会出席类似会议。有时候，特效场景由第二工作组（一个编制完整的制作人员组合）来负责特效部分。



服装参考

从场景、服装到道具的设计，这是电影必须进行的工作内容，从书本等参考资料中，我们可以方便地找到某一时代的典型服饰元素。不过，制作公司要经过调整与再设计，才能使之符合电影的要求。比如，导演可能只确定下电影中某个特定的颜色图案，但服装设计师为了这个决定，却需要考虑整套制作方案。



特技模型

涉及到特技镜头的时候，导演和动作指导通常会借助于模型。比如，在画追车镜头时，两辆在任何玩具店都能买到的车模（任何尺寸和样子都可以）就能帮助分镜头脚本设计师更好地进行创作。

惊险动作

某些惊险动作镜头，不仅要与导演商量，还要和动作指导沟通。制作团队通过分镜头脚本来评估风险、成本和时间。

贴士

- 将关键参考图片张贴在工作时的墙上，这样就能方便地看到它们了。
- 为了便于查看，将所有从制作公司那里得到的参考资料整理到活页文件夹中。

第30课 现在，你得到了一份工作



电影



电视



广告

最后，我们等来了这个时刻。有人给你打电话，说了你的作品，对你的风格表示赞许，请你过去工作。

也许你已经与广告公司或制作公司的人见过面，并且画了一些陈述用的稿件。不过这次要见的是导演。

还好，你还有时间读一下剧本，我强烈建议这么做，通读剧本，把握整体感觉；然后再读一遍，做好笔记，把想问的问题都记录下来。你可以将问题单独写在一张纸上，也可以直接写在剧本上。为了强调某些关键章节，还可以用荧光笔画一下。

早期剧本

剧本根据创作时期的改变而有所不同。这是一份早期的剧本，当时还没有指派导演，作者创作的目的是吸引读者的兴趣，因此里面有很多文学描写。如果要根据早期剧本画分镜头脚本，只能从那些文字描写中提炼出中心思想，抽取适合视觉表达的内容。

内景 咖啡厅——白天

摩洛哥酒吧仿佛将摩洛哥的景致带到了伦敦，那里简直是中东人的聚集地。酒吧里不受禁令的影响，在低矮的桌子上，随处缭绕着烟雾。兴奋的人们说着阿拉伯语、法语和意大利语。当梅和萧进入昏暗的房间时，立即感觉到来自四面八方的审视，如果不表现得落落大方，就会遭人猜疑。

他们坐在房间角落的桌子旁，萧点了咖啡和点心。梅环顾四周。

梅

你经常到这里来吗？

萧

这是一个隐秘的地方，如果我想召开一个私人会议，就会过来。

(停顿)

呃，那些数字和符号，有结果了吗？

梅

据目前掌握的资料看，这是一组来自外太空的数字，是某种超出我们理解的文化。2的平方乘以3的立方等于108。佛教的诵经珠有108颗，印度教中有108个神仙。我只能联想到这些。我给出的是一个数学方面的解释，或许是答案，又或者，这个问题根本就没有答案。

萧

又来了，你那套神秘的禅宗观点。

梅

也许不是佛教。也许你思考问题的方式不对。

梅一口气喝完咖啡，吃了一块点心，然后吮着她的手指。

梅

我不认为你能找到答案。知道为什么吗？因为你是一个以自我为中心的人。你想要知道生命的意义，因为你的人生毫无意义。

萧紧握拳头，似乎随时都可能从位置上跳起来，把他的挫败感发泄到梅身上。梅把脚从鞋子中抽出来，搁到萧的腿上。

梅

我还想多讲一些关于108的事情。在武术的咏春武技中，一个套路有108个动作，而且……



内景 咖啡厅——白天 ← 实景拍摄或工作室布景？

后期剧本

有可能，你拿到的是后期剧本。在与导演见面之前，先摘出一些关键章节，记录下可能运用的镜头和摄像角度，以及想咨询的问题。

摩洛哥酒吧仿佛将摩洛哥的景致带到了伦敦，那里简直是中东人的聚集地。酒吧里不受禁令的影响，在低矮的桌子上，随处缭绕着烟雾。兴奋的人们说着阿拉伯语、法语和意大利语。当梅和萧进入昏暗的房间时，立即感觉到来自四面八方的审视，如果不表现得落落大方，就会遭人猜疑。

他们坐在房间角落的桌子旁，萧点了咖啡和点心。梅环顾四周。

梅

你经常到这里来吗？

萧

只有在需要一点私人空间的时候。

(停顿)

呃，那些数字和符号，有结果了吗？

梅

据我所知，这是一组来自外太空的数字，是某种超出我们理解的文化。佛教的诵经珠有108颗，印度教中有108个神仙。从你给我的数据来看，我只能联想到这些。我给出的是一个数学方面的解释，或许是答案，又或者，这个问题根本就没有答案。

萧

又来了，你那套神秘的禅宗观点。

梅

也许不是佛教。也许你思考问题的方式不对。

从萧的肩膀处，使用过肩镜头

梅一口气喝完咖啡，吃了一块点心，然后吮着她的手指。

梅

我不认为你能找到答案。知道为什么吗？因为你是一个以自我为中心的人。你想要知道生命的意义，因为你的人生毫无意义。

萧紧握拳头，似乎随时都可能从位置上跳起来，把他的挫败感发泄到梅身上。梅把脚从鞋子中抽出来，搁到萧的腿上。

梅

梅脸部的特写

我还想多讲一些关于108的事情。在武术的咏春武技中，一个套路有108个动作，而且身上有108个穴位。我只要用其中一个动作，点在其中一个穴位……

梅脚部的特写

与导演共事

与导演共事时，请记住，他们都很忙。尽可能将有限的见面安排得紧凑一些，在他们向你描述剧情的时候，最好与此同时飞速地完成草图。迅速画图、抓住镜头和对电影技术的了解，是一名分镜头脚本设计师的关键能力。在首次与导演讨论电影分镜头脚本的时候，可能你将得到一份10页纸左右的剧本，随着工作的深入，对导演个人风格了解的加深，工作的进度随着加快；直到项目的后期，也许你会发现，每次会议同时可以画出超过20个画面。

电影故事片

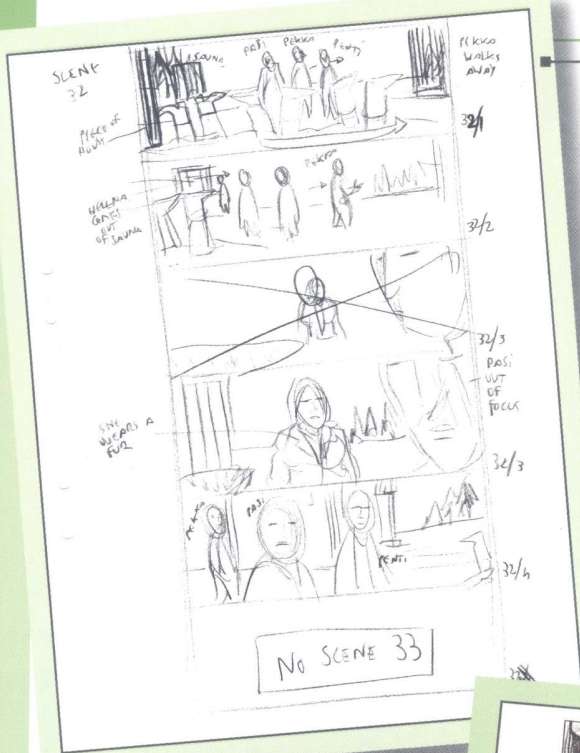
创作电影故事片分镜头脚本的时候，争取与导演进行最大限度地沟通——大概一星期两次或更多，直到你充分了解剧本为止。有些设计师喜欢等到会议全部开完之后再创作，这样他们就可以带着剧本，到能激发他们灵感的地方去绘制，不用老是呆在办公室里。另一些设计师则喜欢在第一次会议之后，甚至会议之中，与可能远在千里之外的导演远程沟通，立即投入创作状态。你可以选择任何一种自己感觉最舒服的创作方式。如果工作量很大，特别是处理一部长篇电影，建议找一名助手，帮助你做誊清之类的工作，或者至少分担一部分程式化又费时间的工作，比如扫描。扫描1000张画面可不是一件小活。

删除场景

即使已经与导演讨论过，并画出了草图，电影故事片的剧本随时都可能发生改变。某些场景变得无关紧要，于是导演会将它们从剧本中删除。

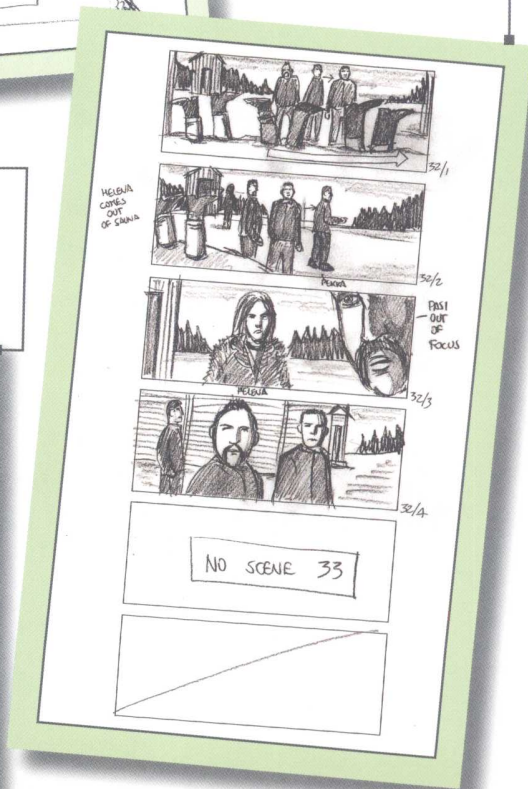
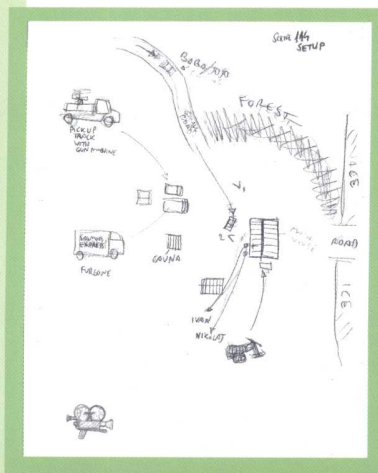
誊清版本

誊清草图的时候，不要忘记标注上删除画面的位置。因为制作团队中的很多人都有草图版本，他们需要知道究竟哪里进行了修改。



场景平面图

有时候，在画某个场景的画面之前，有必要先快速地画一个能够纵览动作发生区域的草图。



广告

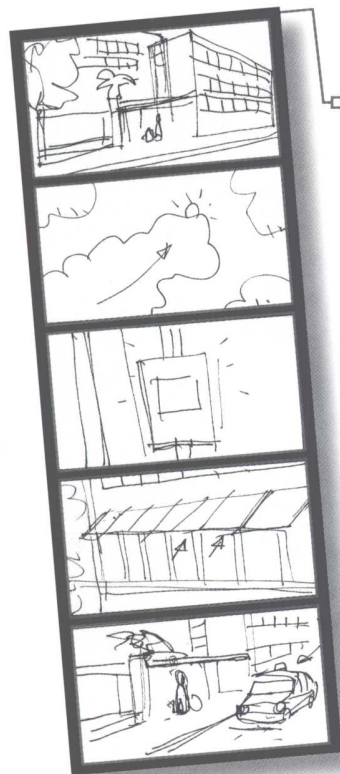
广告的情况与电影不同。开一次会就能把所有内容都讨论完毕，而且大多数情况下，会议召开的时间不超过一个小时。根据广告公司或导演预备传达信息不同，剧本的内容也有所变化，可能是几行文字，也可能是几张纸。

贴士

- 如果制作公司指定了导演，最好先回顾一下他/她以前的作品，对他/她的叙事风格有个大概的了解。
- 制作公司通常准备着一些参考作品、影片，如果你索要的话，基本上都可以得到一份复印件。

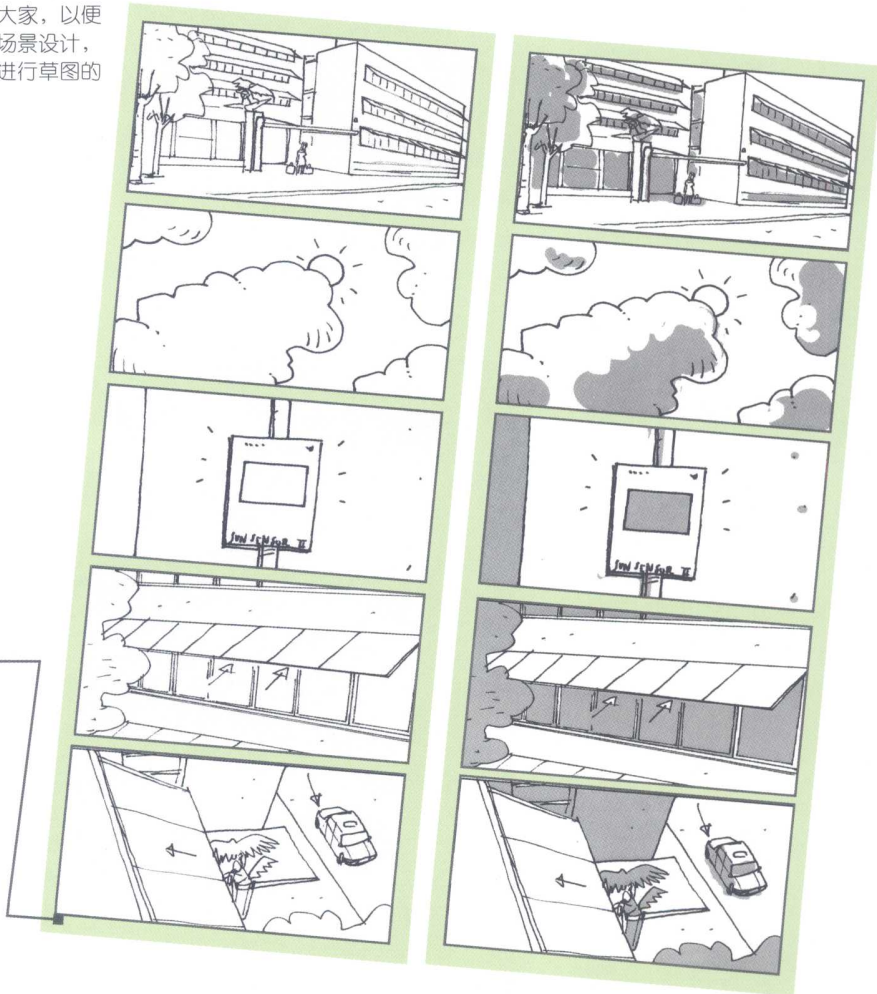
□ 在开会过程中完成的初始草图

如果有关于场地的照片、图片，最好在开会的时候分发给大家，以便团队成员们更好地了解场景设计，也利于你在会议的同时进行草图的创作。



□ 会后的画面誊清

正如右图所示，分镜头脚本的最后一个画面已经发生了变化。与导演进行的二次会谈中，他策划出一个新的拍摄角度。在会后将草图交给导演是不错的主意，这样他/她有时间对镜头进行反思。制作公司中通常配有复印机，你可以拷贝一份带回家。如果不能在会后及时递交，请以尽可能快的速度完成草稿，扫描入电脑，电邮给导演，等待导演的回复。只有在草稿获得认可之后，才开始誊清工作。



第31课 广告：该画什么



晚上6点。广告公司的电话响了，客户要求明天早上拿到客户脚本。你手上有他们电传过来的故事梗概，面前有一张空白的纸，现在，该怎么办？

当然要从定场镜头开始。不过，是外景还是内景呢？外景可以通过停在外面的车辆等元素，很好地展现出角色的生活状态、社会关系，不过，也很浪费时间。内景呢？可以选择产品的特写，或者从一个动作开始。

在你决定之前，首先应该确定广告的风格和节奏，以及广告的目标受众。

从预计出售的产品本身或广告制作公司那里可能获得关于风格和节奏的直观感受。在广告行业中，很多广告公司有自己非常鲜明的风格，接触了他们的作品之后就能感受并理解。

不幸的是，并非所有信息都能促成你的创作，因此，最好能依靠自己把所有问题解决了。

清晨。

苏醒的男人，走进厨房，打开冰箱，拿出一纸盒橙汁。这时候，有人按门铃。

男人打开门，一名女邮递员分发邮件。这时，她注意到男人身后厨房角落里的橙汁。突然，她将邮件洒向空中。

男人非常惊愕，他从草坪上捡起散落的邮件，看到女邮递员已经进屋了。

他走进厨房，发现女邮递员正在喝橙汁。

产品展示镜头。

贴士

正确的方法



指示动作

一般说来，最好画一个角色有所行动的画面，并且加上箭头指示运动方向。如上图所示，此效果要比右图的A到B好。记住，你画的是广告分镜头脚本，而不是动画。

错误的方法



固定模式

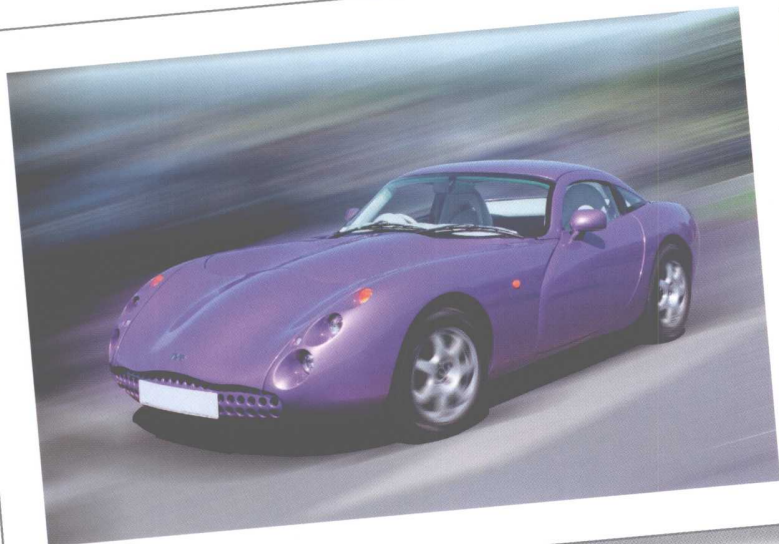
产品广告有一些经典的固定模式。下次看电视的时候，多留意一下各种广告。它们销售的是什么产品？打造什么样的风格？看别人做的广告是一件有趣的事情，对你的工作会有所帮助。

有时候，导演想要一些与众不同的风格，而大多数时候，客户不愿意冒险。不管怎么说，广告不是艺术，它的目的是销售产品。



家庭消费类产品

意大利面或早餐麦片之类的产品是传统的家庭消费类产品，适合用固定镜头和温暖、绚丽的色彩，不适合用复杂多变、奇怪的摄像角度。



高科技产品

汽车等产品的广告通常突出产品的特征，以体现出高科技的感觉，这样就可以使用不同的慢镜头，体现机械感。大多数汽车广告都非常雷同。除非你想打破常规，否则很难做原创，而大多数客户又害怕独树一帜。这个时候，确实需要与导演见面，一个镜头一个镜头地商量。



服装类产品

休闲服装类的产品广告，比如牛仔裤，可以以任何方式开场，不过通常以一个类似音乐电视的画面结尾。

美容护肤产品

香水和化妆品广告主要关注美丽与精致等细节。



第32课 接受建议



电影



电视



广告

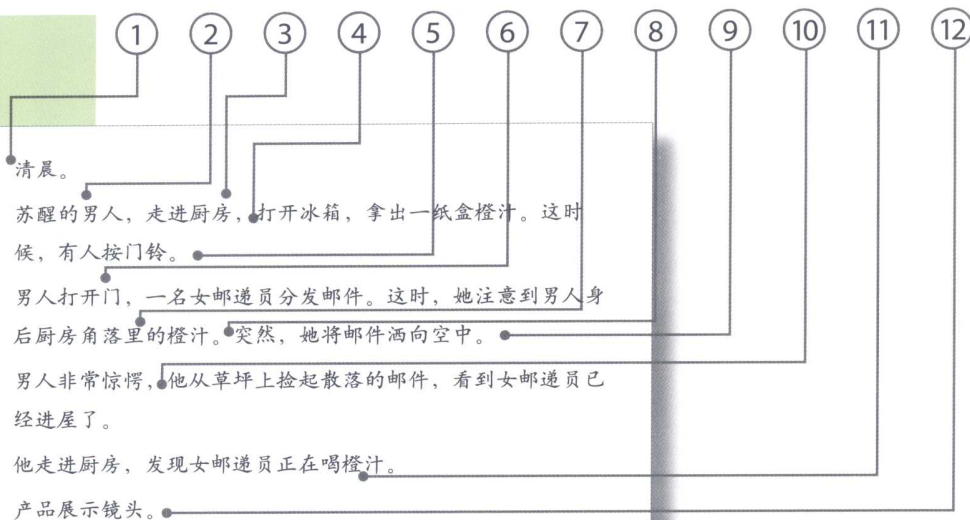
大多数时候导演会告诉你应该画什么，不过仍然需要集思广益，导演也乐于听取大家的意见。在讨论会上，因为创意还未定型，任何人都可以畅所欲言，发表自己的看法，搜寻最合适的点子。

草图帮助导演将创意视觉化，有时候，则由此激发出一个新的想法。作为一名分镜头脚本设计师，必须培养足够的耐心，包容随时可能产生的修改意见。

因为在会议上，大家相互交流想法和建议，如果你对电影技术越精通，那么处理起问题来就越轻松，工作也会因此顺利很多。所以，尽可能多地接触电影、广告，与最新潮流资讯和技术手段保持同步。

镜头列表

绝大多数导演会制定镜头列表，所谓镜头列表是指每一场戏所要拍摄的镜头的书面描述。你只需要参考其中的指导，设计出构图、镜头景别、镜头角度等重要元素的具象就可以。



镜头列表可以是这样的：

镜头列表

- ① 清晨，房屋的外景
- ② 苏醒的男人
- ③ 男人走进厨房
- ④ 男人打开冰箱，拿出一纸盒橙汁
- ⑤ 这时候，有人按门铃
- ⑥ 男人打开门，一名女邮递员分发邮件。
- ⑦ ⑧ 女邮递员从门廊望去，注意到男人身后厨房角落里的橙汁
- ⑨ 她将邮件洒向空中
- ⑩ 男人很惊愕；他从草坪上捡起散落的邮件，看到女邮递员已经进屋了
- ⑪ 他走进厨房，发现女邮递员正在喝橙汁
- ⑫ 产品展示镜头

□ 建议方案

这是根据镜头列表画出的分镜头脚本建议方案。如果有机会请尽可能多地展示产品镜头。



轮到你了

如果你想练习一下，很遗憾，网上没有太多的广告脚本和论述。不过，可以找到很多已经投放了的广告视频。你可以根据相应内容，自己画一些分镜头脚本，然后与片子中的画面作比较，看看有什么不同。最好选取那些从来没有见过的视频，这样不会受到记忆的影响。

贴士

绘画分镜头脚本讲究迅速、精练。创作电影的分镜头脚本时，最好先画出所有草图，再进行誊清。

第33课 提高工作效率



一名优秀的分镜头脚本设计师可以根据任务的不同,以不同风格、不同方式进行创作。电视广告的分镜头脚本不会超过20-30个画面,电影的分镜头脚本则需要超过1000-1500个画面,因此,根据载体的不同,需要采取不同的处理方式。在着手创作之前,首先找到一种简便、快捷、舒服的创作风格。如果你喜欢使用电脑制图,可以将图片扫描到电脑中,然后用计算机工具进行渲染。

数码制图

如果你可以用计算机制图,首先应该考虑画面需要的分辨率。公司使用的分镜头脚本格式不同,有些公司喜欢一页一幅画面,另一些公司则偏好在一页中放置一系列画面。有些公司喜欢保留原始稿件,绝大多数公司则偏好电子文件。JPG是最常用的格式,不过请注意!一旦将图片扫描入电脑之后,分辨率就不能增加了,所以事先就应该确定需要的分辨率和尺寸大小。

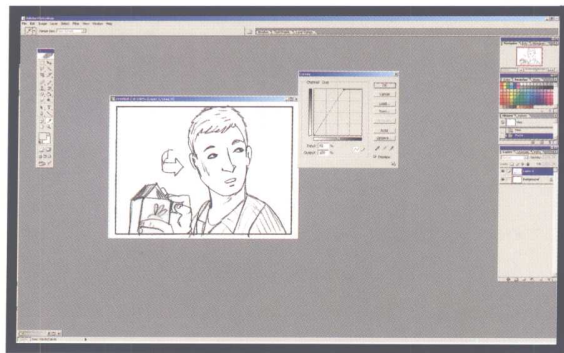
数码制图便于修改、删除,在创建图片的时候,记得要按照一定的顺序编号排列,这样才能更便利地增加或删除图片。比如:

标题_000X.JPG

如此编号,不仅能让画面按顺序排列,而且便于随时增加画面。比如,如果导演看了完成的分镜头脚本之后,决定再增加一个新画面,这时候想把新画面接在哪个画面后面,然后直接在该名字后添加一个字母“a”就可以,这样一来,名字序列变为:

标题_00020.JPG

标题_00020a.JPG



电脑调整

一旦将画面扫描入电脑(如左图所示),你就能通过制图软件调整色调,最后出来的效果好像用铅笔手绘的一样。



用电脑增添颜色

如果你是计算机高手,甚至可以直接用电脑上色,尽管出来的效果比较平淡、呆板。



完善分镜头脚本



分镜头脚本组

广告的分镜头脚本最好是以4~5个画面为一组。广告公司之所以偏好这种方式，是因为这样可以轻松地将它们打印成一长条，进行放大，然后粘贴在黑板上，做会议展示之用。不过，只有领导批准了你的草稿之后才能开始排版，否则，你需要不断地进行修改，不断地增加和删减画面，不断地重新排版，那是一件很麻烦的事情。



完善画面

添加色调，对画面进行完善，可以增加画面的立体感，使画面更加生动。对比一下左边和下面的图片，可以看出两者之间有明显的差别。



铅笔稿

如果添加色调过于浪费时间，也可以只用铅笔绘制。

贴士

如果用电子格式发送的话，请选择JPG格式。因为JPG格式的图像与任何软件兼容，制作团队的成员们可以对图片进行剪裁，粘贴至word文档，甚至自行行为图片加上颜色。

第34课 工作前的准备



电影



电视



广告

成为一名分镜头脚本设计师需要掌握不少专业技能。这份工作，不是仅仅根据要求画出就可以的，还涉及到很多其他方面：

专业，意味着要让客户和你在一起洽谈工作的时候，感觉舒服、愉快，用不着担心任何事情。

随着工作经验的增加，作品档案中的内容越来越丰富，你终将达到专业的境界，每一份工作的展开，也是对自己信誉的积累。万事开头难，让我们来看看开始工作之前应该做哪些准备，以及如何使自己变得更专业。

列一份清单

由于某些原因，你无法亲自与制作公司会面，那么这里有一份清单，在开始工作之前首先确认一下是否完成了清单上的工作。



■ 镜头列表

- ① 确认你已经收到了剧本或论述，以及类似情绪板、风格参考资料等附加信息。
- ② 确认制作公司已经收到了你的作品档案，并且对你的创作风格和能力表示认可。
- ③ 能够便捷地沟通，通过网站、电子邮件、电话、传真等。确认你知道最终联系人的相关细节。（人越少越好！）
- ④ 确认哪些费用能够报销，比如有时候忽然需要快递发送一些东西。
- ⑤ 如果是电影，可以先签一个合同。绘制工作两三个月就结束了，不过期间会发生其他意想不到的事情。
- ⑥ 在考虑报酬或接受工作之前，先通读剧本，检查相关材料。
- ⑦ 在安排日程的时候预留出机动时间，以便应付某些意想不到的情况发生。对于电影来说，比原定时间多加两星期或更多；对广告来说，将原定时间加倍延长：如果能够一天完成，则安排两天的时间表。

考虑清楚上面的问题，才能认真地阅读剧本，添加注释和策划关键帧（详情请见第130页）。

为了更好地工作

- ① 通常，会议之后就很难碰到项目组里的某些成员了，或者，他们还在忙别的项目。因此，在起身离开之前，请尽量将需要的资料收集齐。
- ② 假如你不想到最后让制作团队失望的话，这一点很重要。在会议过程中，就要让大家对你的创作风格和策划方式表示认同。
- ③ 保存好联系人的所有资料，不仅仅是将他们的手机号存入你的手机那么简单。保存和整理你收到的所有名片，不要仅仅依赖办公室电话——前台和大公司的接待时间有限，办公室电话不是总能找到联系人的。
- ④ 对于某些特定的工作——比如绘制电影分镜头脚本——请估算你需支付的所有费用，比如打的到公司开会、快递打印材料等的费用。一般说来，制作公司可以报销这些费用，只要你把收据或发票给他们就可以了。
- ⑤ 仅有口头协议是不够的。对于电影来说，不要忘了在合同中提到预算款（详情请见第18页）。
- ⑥ 在不了解的情况下不要盲目接项目。只有你最了解自己，知道什么时间段适合多大的工作量，充分考虑自己的能力和极限，权衡利弊之后，再作决定吧。
- ⑦ 即使你知道自己能够迅速完成任务，也不要把时间表安排得过于紧张。如果你告诉别人可以在一天之内完成任务，难保下次他们只给你半天时间。

贴士

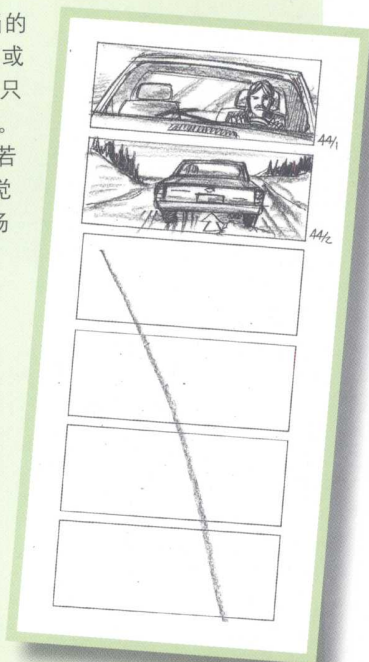
如果制作公司之前已经和其他分镜头脚本设计师合作过了，不妨看看以前的作品，了解他们的风格。你也可以问一下，为什么他们要换新的设计师——也许他们想换一种风格！

万事开头难，有时候画第一张画的时候，有一种不知所措的感觉，或许开场场景真的很难想像，或者只是觉得今天没什么创意的激情。对付这种情况，可以同时创作若干分镜头剧本条，哪一个有感觉就画哪一个。你可以在不同的场景之间切换，一个场景画完了，就把剩下的空白画面划掉。

如果一页只有一个画面，更易于在剧本各个场景间切换。画分镜头脚本时，用活页夹把同一个场景的画面夹在一起。然后写下说明，区别完成和没有完成的场景。

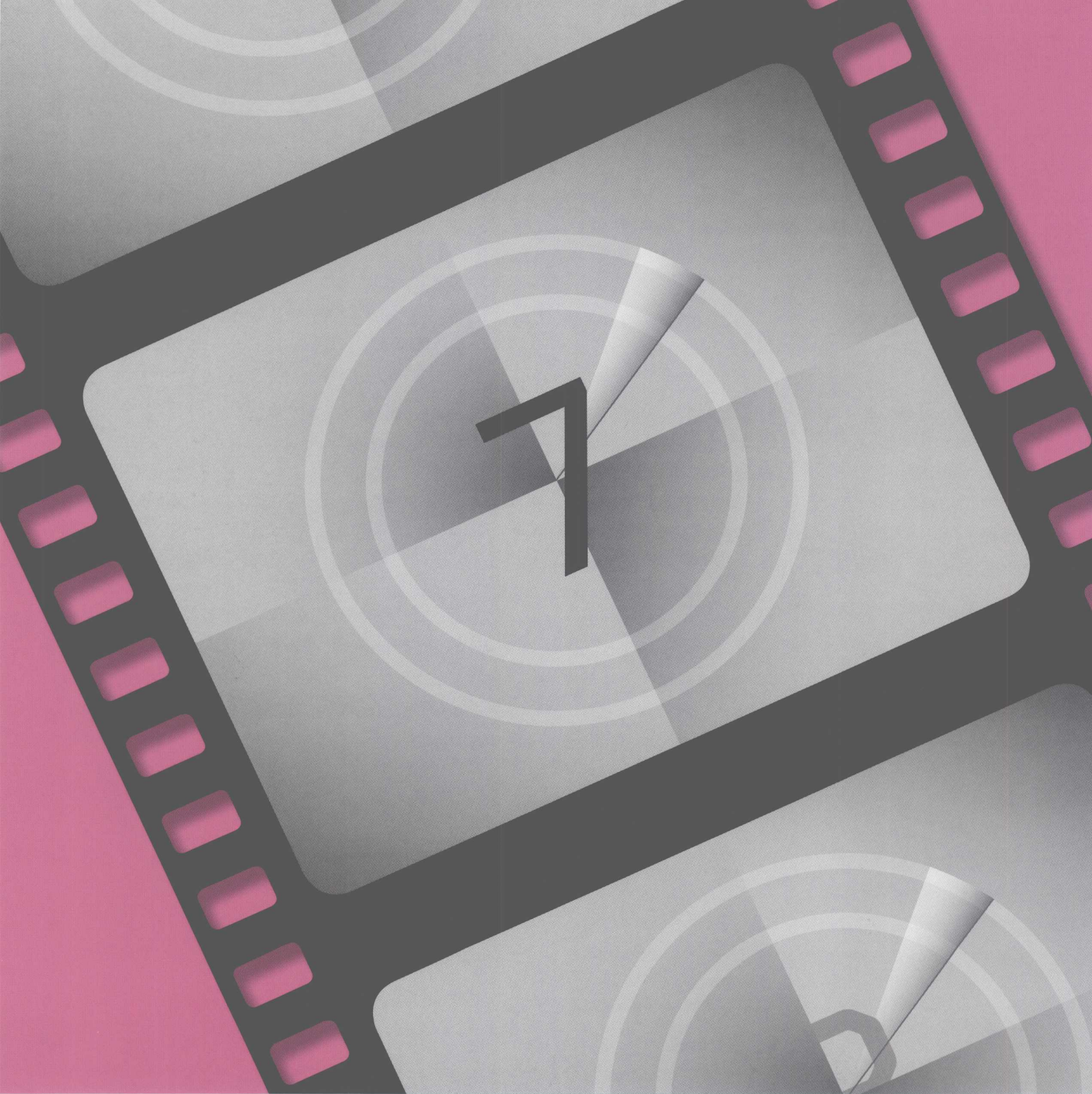
不过一页一个画面的分镜头脚本在扫描的时候显得比较麻烦，你可以选择自动扫描（稍不留神，页数可能乱套），或者找一个助手帮助扫描。

花时间的不仅是扫描阶段。你还要为每一页调整对比度、尺寸和页边距，去除某些污点，甚至做修改校正。所幸的是，大多数扫描软件都可以进行宏观设置，以便减少后期调整的时间，足足压缩一半的工作量。对于黑白分镜头脚本、彩色分镜头脚本、动画演示分镜头脚本和草稿进行不同的扫描参数设置。一般说来，它们的主要差异在于彩色或黑白、对比度和解析度（分辨率）。



删除空白画面

如果你放弃了某些画面，那就把这些空白的画面删除，没有人会愿意花时间看空白画面的。



第7单元

工作进行中

综述	148
第35课: 广告设计	150
第36课: 广告分镜头脚本设计	152
第37课: 电影分镜头脚本设计	154
第38课: 概念艺术	156
第39课: 动画分镜头脚本设计	158
第40课: 分镜头脚本检验	160

工作进行中



电影



电视



广告



游戏



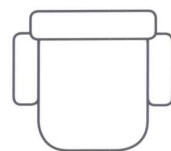
动画

每个人在恰当的时间都会接触到某一类型的工作技能和工作方式，它是属于你个人的，也是特殊的。比如，我们中的有些人擅长在压力下工作，能够在既定的短时间内完成工作，有些人则喜欢在夜间工作，也有些人更喜欢在工作室里参加团队工作，还有些人喜欢在自己营造的环境中工作。

以下内容我们将阐述各种各样的工作方式，你可以选择自己喜欢的那一种方式。

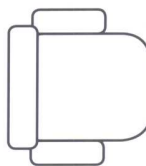
摄像指导（通常缩写为DoP）

摄像指导不用经常参与会议，但有时候在导演参与的会议中，摄像指导也需要出席。摄像指导和导演的合作决定了影片呈现出的样子。与他们都见面通常不是一件容易的事，但有些镜头需要找不同的人商量，也许是因为有一些特殊的效果或技术需要在设计时考虑到。



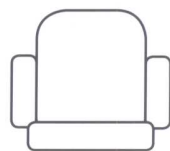
制片人

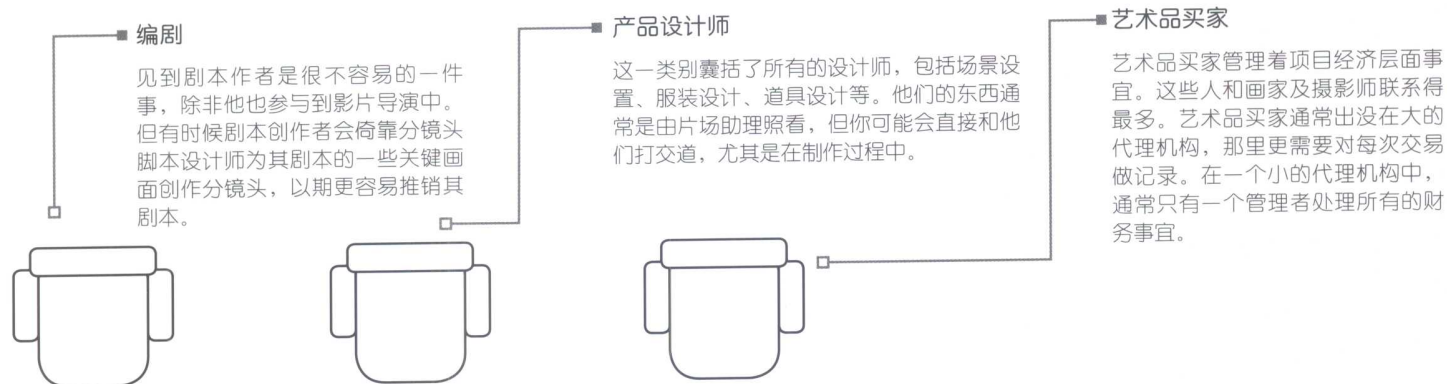
制片人的工作是控制并管理制作过程，日程安排、处理客户关系等。通过一些小的代理机构，你通常能直接联系到制片人，因为制片人通常也管理制作预算，所以能很快的告诉你分镜头脚本的预算控制。而通过大的广告代理机构，你通常很少能和制片人直接联系上，因为他们一般在同一时间段都不止参与一个制作项目。



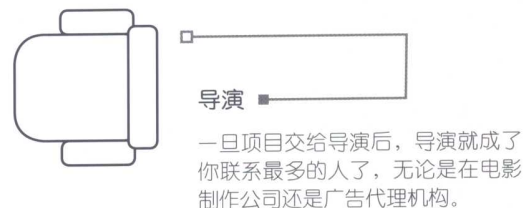
电脑动画和特效制作团队

通常这些团队都有他们自己的艺术家，但有时候你所为之工作的导演可能希望能更多地掌控特效的效果。在这种情况下，你可能会发现自己同时和两个工作室一起工作。最终，你可能更倾向于为制作特效和动画的工作室工作。





正如我们所见，无论是简单的广告镜头还是电影长篇，都有一大群人直接参与到制片过程中来。作为一个分镜头设计师，你需要对你作品中的每一个人物角色都有清楚地认识。这里是一个那些你可能直接接触的人员的简介，当然并不是所有的人都参加你的第一次简报会议。



制片助理管理着制作过程中各个方面的各种材料。比如，分镜头脚本的打印和会议的组织都由他/她完成，并且他们能保证把材料送到合适的人手里。制片助理同时也担负组织会议并提供相应材料，比如会议地点或者会议所需要的剪辑画面的任务。这些人你在工作中肯定是要联系到的。

第35课 广告设计



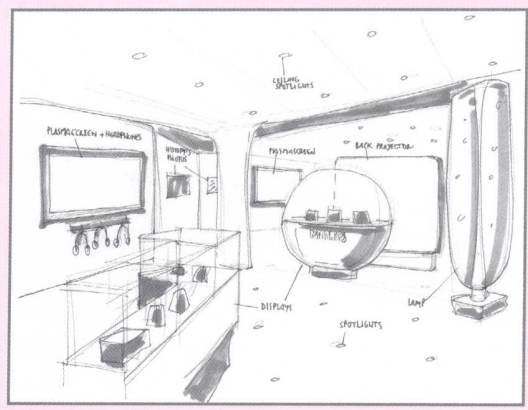
有时候广告代理机构需要测试或构思一个平面广告创意。他们通常会聘请一个分镜头脚本设计师把他们的概念图像化，以此来解释或者提炼他们的理念。根据工作要求，这些工作可能只需要绘制一幅或者几幅画面。

这个过程很像绘制客户脚本，不同的是，绘制客户脚本是凭空创作，而这个过程你会收到广告公司绘制的草图。这些草图通常都是解释个人的意思，而你所要做的工作就是用更好的形式重新绘制这些图片。这可能要求你为画面上色，但并不一定要求画面精细。

这是一项相当轻松的工作，除非你是一项大工程或者大制作工作，那样的话你会被要求画出一个展览会或者博览会的某一特殊时刻的画面。在这种情况下，概念总是很模糊不清的，所以画面的作用就是使概念在制作过程中清晰化并将其展现给客户，其困难之处往往在于广告公司自己都对要展现的东西概念模糊不清。

测试一下……

有时候，广告公司可能刚刚在试验不同的创意，简报会议模棱两可，甚至不清楚要你画什么。右边的草图是为一个知名品牌做的概念设计，它是为一个设想中的博物馆展览做的场地布置。到今天，我也不知道我所做的是不是广告公司想要的……



贴士

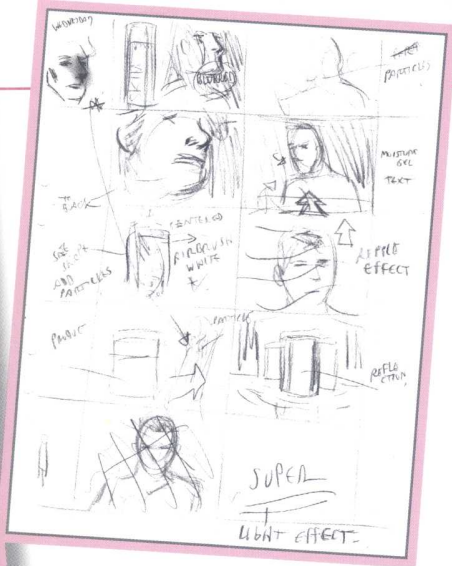
- 不宜在纸张框架之外画画，否则不容易传真和复印。
- 在上色时，画线标记往往看起来会比较舒服。

清单

- 尽量从第一次见面会中获取尽可能多的信息。记笔记、提问题，相关的材料最好都拿一份复印件。
- 将草稿誊清一遍后交给广告公司，由它审核并反馈意见。
- 制作修订稿并将之送审。只有当修订稿通过后才能进行上色工作。
- 在广告设计时，一定要确保自己清楚哪里放置叠印商标、产品包装或者商标。

不要为广告代理机构没有在初次会议时准备任何草图而忧心忡忡，他们通常已经有了创意并在会议前进行了头脑风暴。如果这些准备工作还没做，那么你就必须表现你的创意，并提出你自己对画面、结构和风格的建议。你可以在你的草图上做笔记，如果建议通过了，你就可以在你的分镜头脚本中去执行这些。

有时候一个广告设计不过是一个大的产品包装展示镜头。商家所要表现的就是外包装，同时出现广告代理机构设计的广告语。你可能会奇怪为什么他们不选用实体照片，这是因为有时候这些产品是新品牌，外包装仍在设计中。最终结果是，如果广告代理机构竞标了这项工作，她们不会希望给客户一种对工作没信心而由此导致敷衍了事印象。



第36课 广告分镜头脚本设计



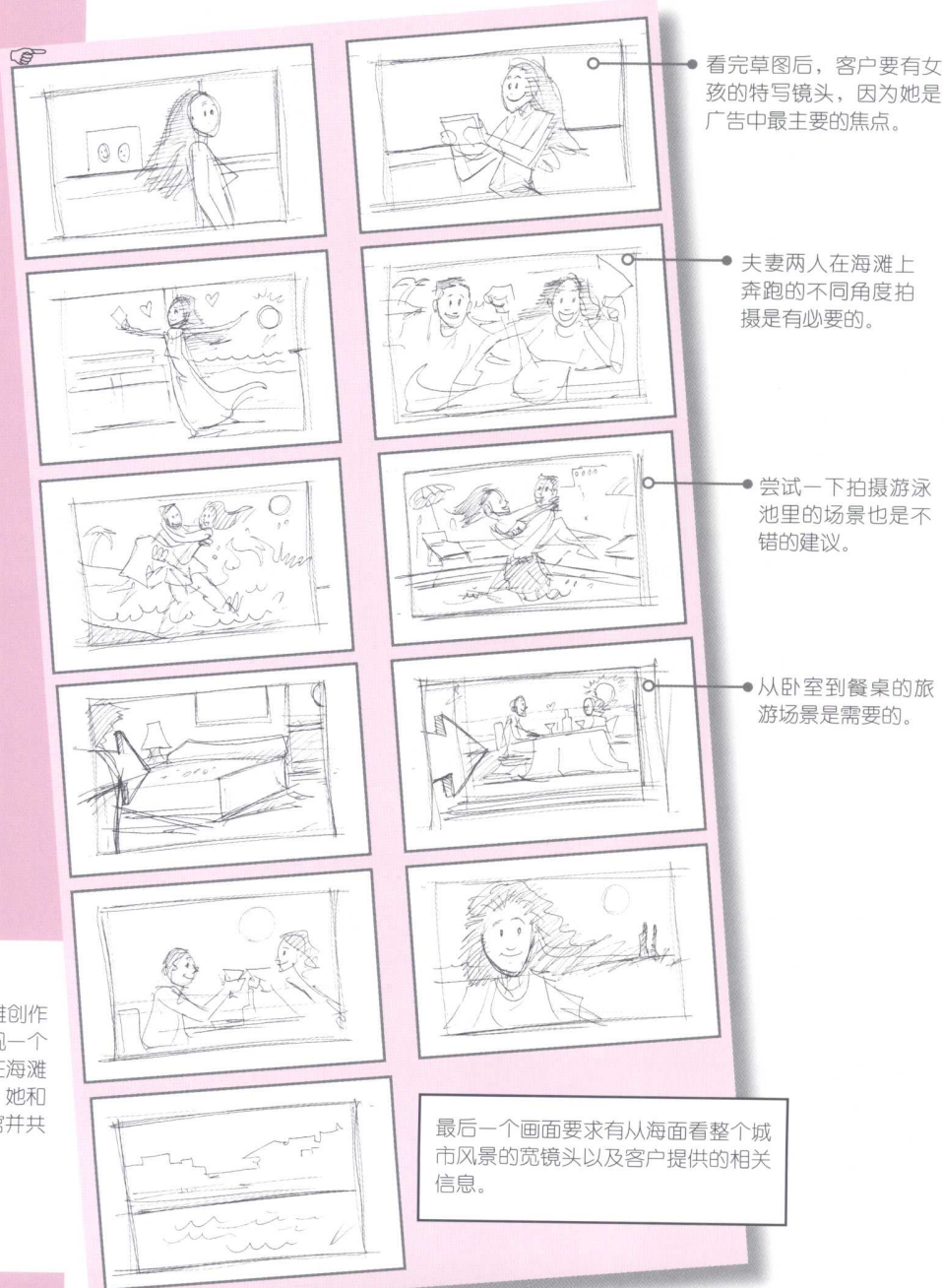
在广告制作时，最基本的要求就是尽快完成工作。通常分镜头脚本师会被要求在一两天内完成。听起来时间紧迫，但你得考虑到广告通常只持续30秒到45秒，并且只要求大约20个画面，这是很容易达到的。

为了达到这个要求，首先要确保你在时间短效率高的会议中获取了所有你所需要的信息。在大多数情况下，你只和广告公司见面一次，其他时间的联系通过电话和Email完成。剩下的事情都是由你自己组织安排了，但你要确保在截止日期之前完成，因为时间是最重要的事。

最后，你要保证提交的是现实主义风格的作品，最好不要有卡通或者搞笑的角色，尤其是当分镜头脚本要给客户看的时候。

第一次草稿

这些最初的草图是为一个度假海滩创作的广告分镜头脚本。客户希望展现一个女孩在梦里幻想她的蜜月之旅，在海滩上一见钟情到永恒的一连串镜头。她和她的丈夫会一起出现在海滩、旅馆并共享浪漫晚餐等。



海滩追逐的镜头受到客户认可，但它只存在于完整版广告中。

画面修正说明在最后的版本中完全被去掉了。女孩手中捧着的书也要被移走，她已经在记忆中的海滩上了。

第二次草稿

在第一次草稿后，脚本的铅笔线条被清除改用墨水，并送审广告公司。在制作最后的分镜头脚本前，还需要一些细微的修改。

卧室画面没起到什么作用，因此决定在最后的版本中去掉它。

清单

- 和广告公司见面，获取所有你需要的相关材料并且快速画出草图。尽量在这个阶段获取所有的批评建议并记下笔记。
- 回到你的工作室，对思路进行简单整理并完成草图，然后送审。
- 尽可能地对脚本进行修改。如果你的草稿很出色并且阐明了广告公司在第一次会议时的要求，那么后期你就不需要做太多改动了。
- 广告公司会将分镜头脚本展示给客户。这个阶段，可能会有更多的修改。
- 讨论那些修改意见并绘制新的画面。如果这时要求的修改很多，那么可能是故事主线也改变了，你则需要重新商榷报酬。

背景中一对夫妻手牵手走向夕阳和女孩特写镜头融合在一起，强化了画面的梦幻色彩。

所有水和天空的效果都在这个画面中强化了，避免卡通化色彩。

最终的分镜头脚本

客户要求非常精细的上色彩效果，大部分是暖色调。最后的度假区宽镜头不能在夕阳下展示，因为可能会导致失去细节和清晰度。

第37课 电影分镜头脚本设计



电影

相比平面广告和电视广告，电影分镜头脚本设计工作是一个更长时间的工作，可能需要花费两三个月，如果是一个大制作并且有很多特效要做的话可能会需要更长时间。

在电影制作过程中，你将有多次与导演见面的机会。尽可能地把这些见面会安排得紧凑一些，每周安排三次是一个理想的安排。这样的话，每次开会时概念和笔记都还是新鲜的。一部电影大概需要1000幅以上画面。每次开会时，你可能只能通过10-15页的剧本，这已经算是乐观的情况了。在刚开始时，事情会进展地非常缓慢。随着你和导演合作时间的深入，相互会磨合，工作过程也会变得更顺畅更快。

如果可能的话，尽量把誊清工作放在所有会议结束后，但是要做好准备免得不能在要求日期前完成工作。

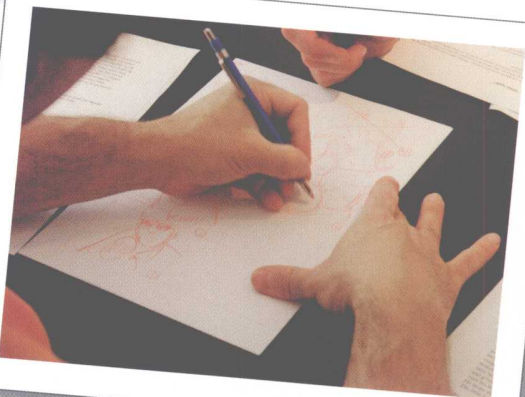


□ 合适的工作环境

为电影设计分镜头脚本需要你和导演开多次长时间会议，在会议中可能需要你方便地展示尚未完成的工作。大多数制作公司都有合适的会议室，然而，为了避免受到制作团队的干扰，你也可以选择在自己的工作室开此类会议。

别担心，画下草图吧

你在会议过程中所画的草图导演能否理解并不重要，只要你自己能理解并且能利用它们帮助你的誊清工作就可以。



贴士

在制作电影分镜头脚本过程中，用铅笔绘画以便调整工作过程中出现的改变。另一个不错的主意就是每张纸上只画一个画面，这样你可以很容易删除或者插入新的场景或画面。但是这样会使传真脚本变成一项很麻烦的工作，但是在实际工作过程中，你通常会得到影印和快递服务。或者你也可以有你自己的网站，你可以把你的分镜头脚本上传到网站上。经常准备一份支持数码格式的资料，比如用CD刻盘或者压缩包的形式。

清单

快速阅读能力

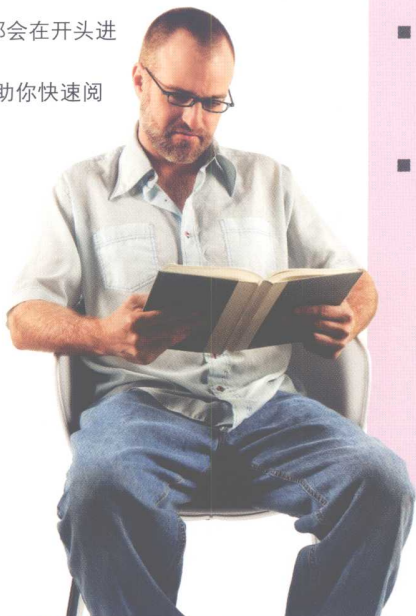
一部电影的拍摄脚本通常有100页到120页之多，而且有时候你会发现你很难找到时间坐下来好好通读一遍。更加麻烦的是，一旦分镜头脚本设计师收到了剧本，只有一点点时间供他们考虑是否接下这个活。

从理论上说，剧本并不难读。尽管页数很多，但是格式整洁、方法得当的话，还是很方便阅读的。速读剧本的时候要很快地确定台词和动作描写的位置；在更深入地研究台词之前，先以读懂故事为主，并预见潜在困难场景（有最多特效或动作最复杂的场景）。

你也可以看每一段的前一句话，那往往就是一段的综述，这样可以进一步加快阅读速度。剧本的语言和小说差不多——经常使用现在时态。

你可以在网上和书店中寻找一切关于如何提高快速阅读能力的信息。下面将列举一些已经有人尝试和检验过的技巧：

1. 拷贝一份你私有的剧本，这样可以在上面做记号，写任何注释。
2. 在阅读以前先用马克笔在每一个场景下面画好下划线。一般来说，每一个新的场景都会占据新的一页，不过，并不是所有剧本都遵照这种格式。
3. 当剧本中出现新角色时，把他/她的名字记在另外一张纸上，做一份角色名单列表，并且好好保存。
4. 在第一遍阅读的时候，忽略掉台词。
5. 剧本最重要的部分在开头：角色、剧情都会在开头进行介绍，因此，前面几页要读得仔细一些。
6. 使用一个指示器，可能是你的钢笔，能帮助你快速阅读文字。在重要部分打上特有的记号。



- 与制作团队和导演见面，了解该项目的大致创意。取得剧本的拷贝，衡量工作量，以此考虑薪酬问题。
- 接下工作之后，以截止日期为重，根据制片人的需求调整你的工作日程。计划出会议时间，尽可能多地保证你与导演和摄像的沟通时间。使用任何可能的工具记录下注释和草图。在这个阶段，要确保制作团队已经看过并认可你的风格或你为此次工作选择的技术手段。
- 如果你认为必要，可以在制作过程中找一个助手。此人需与你有些默契，因为有时候草图十分潦草，而你又不能花太多时间进行解释。
- 即使没有完成与导演和团队的商讨，也可以开始作画。在画画方面，最好使用铅笔而不是钢笔。
- 为了节省开支，确认一下你是否可以使用办公室中的设备，比如复印机和打印机。
- 如果有可能的话，一旦完成工作就尽快上交——不过有可能招致更多额外的修改，因此需要留给别人更多时间重新考虑。
- 发送数码版作品，保留原稿。也许以后你会画差不多的作品，如果手上有现成的画，可以节省时间。
- 工作完成之后，保留一份制作团队做的分镜头脚本的完整版本（包括所有说明、台词等）。能够保存自己的作品，总是一件愉快的事情。

第38课 概念艺术



电影



电视



广告



游戏



动画

“概念艺术”是指电影、动画、游戏和一些剧场演出前期制作的所有艺术作品。这些作品往往倾注了艺术家大量心血，可以用传统工具绘制，比如油画、丙烯颜料、水粉等；也可以借助现代工具的帮助，比如绘图板和Adobe Photoshop之类的软件。

在电影的鸣谢单中，常常会发现一些动画艺术家的身影，他们承担了设计电影中创造性内容的工作。而有时候，这部分工作交给分镜头脚本设计师执行，因此你最好有扎实的美术功底。

对于概念艺术来说没什么特定规则。一旦制作公司确定下来是什么风格，就是什么风格，而且他们往往会参照以往作品或其他工作室的作品。这并不意味着你不需要发挥自己的聪明才智，你还是要为项目推荐合适的风格，特别是符合你自己能力的风格。

创作概念艺术是件令人激动的事情，因为相比分镜头脚本设计，你拥有更多创意自由和更充裕的时间。你可以从前期就介入这项工作，这个阶段可能持续几个月、一年甚至更久。概念艺术设计师可以接触到关于项目的大量信息，甚至需要签署保密协议。



游戏项目

这款飞行器是为某个游戏创作的概念稿，是用马克笔分层上色的。

使用水彩颜料

为了营造魔幻效果，森林神角色的设计师使用了水彩颜料，从亮部到暗部层层上色。这个角色是某部电影故事片实验的一部分。



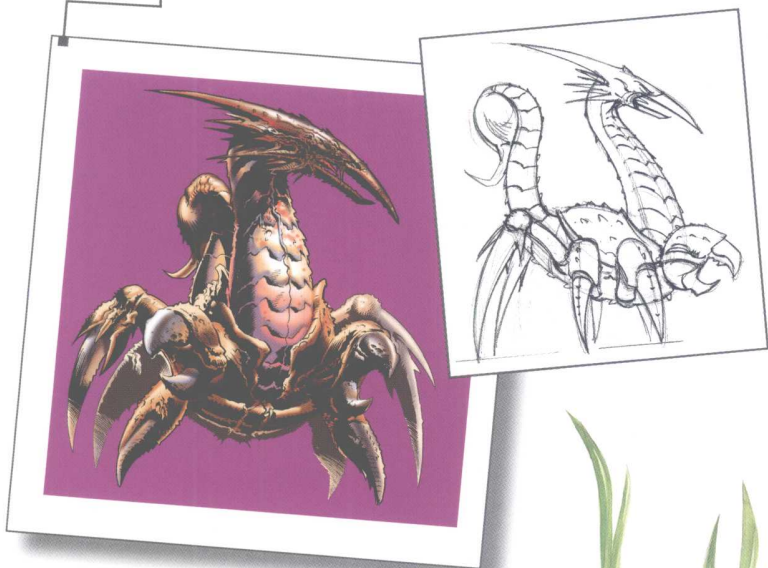
设计师的工具箱

概念艺术最重要的特征是设计感和氛围营造。每一样绘画工具都有达到一定效果的潜力，但你应该选择最得心应手的那一种——你可以运用熟悉的绘画技巧，使用该工具在最短时间内达到最佳效果。最好不断地学习使用新的工具和新的绘画技巧，因为不同的项目总会有不同的需求。如果你仅会一两种技巧，也许很难到达某种特定的天气或氛围效果。不过，如果你想尝试一种新技术，最好在工作之余的闲暇时间多练习——千万不要在时间紧张的新项目上练习。



□ 使用参考资料

使用书本或图片等参考资料。如果要求你设计一个类似哥斯拉之类的怪兽，可以参考恐龙。如果让你设计一个外星生物，可以参考古埃及人或印加人。



木头精灵 □

这幅概念画是一部电影中的小动物。客户希望这是一个有趣、有魔力、有活力的角色。



轮到你了

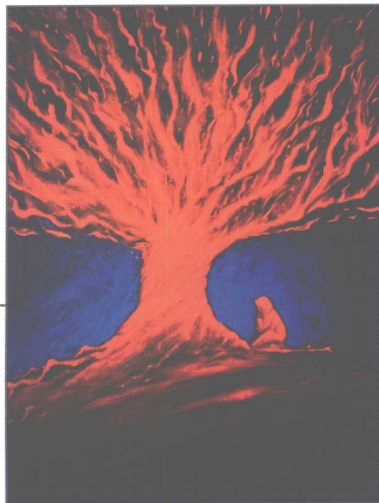
为了获得更多关于概念艺术家如何工作的信息，我们可以收集一些DVD，有些DVD的花絮中介绍了作品前期的绘画制作过程。

工作实践

- 花一部分闲暇时间，收集和观赏其他艺术家的作品。最重要的是，从别人的绘画风格中吸取灵感，经常练习，尝试不同的绘画工具。
- 因为工作周期未定，所以大多数时候，概念艺术家在自己的工作室中工作，使用自己的参考资料。也许工作持续长达几个月，需要与制作公司进行多次见面。
- 工作之初，制作公司会选择一些参考资料作为切入点，来确定设计的整体感觉，以及本项目将来的发展方向。在调研阶段，制作团队会寻找任何可以激发灵感的东西。然后，他们将所有手头的资料交给你，有时候甚至提供完成工作需要的工具。
- 着手开始工作需要发挥你丰富的想像力。导演或制作团队仅能给你一些指点，说明他们想要什么样的风格，剩下的事情就靠你自己了。创作以前先看清楚合同，否则，你有可能陷于无休止的修改和超强度的工作中而无可奈何。凭经验来说，记住等草稿获得批准以后再进行描线和上色，可以减轻无谓的工作量。

火树 □

这幅画由丙烯颜料绘制而成，展现了电影中最后一个高潮镜头的场景。



第39课 动画分镜头脚本设计



动画分镜头脚本设计与其他分镜头脚本有很大区别。首先,这是一个强调团队合作的工作,你必须与制作团队在一个工作室中工作——设计师、动画师等。其次,工作期限较为固定,有着严格的截止时间。第三,因为大量图片需要誊清,统一制作完成,因此你还需要一个助手。在最终完成的动画片中,角色和场景都应该是一致的,看起来如同出自一人之手。分镜头脚本的画面要与成片尽可能接近。

作为团队中的一员,你将与导演有着密切接触,在工作过程中定期见面。你也需与设计部门保持频繁的联系,告诉他们任何关于地点和角色变动的信息,同时保证自己手中的信息都是最新的。

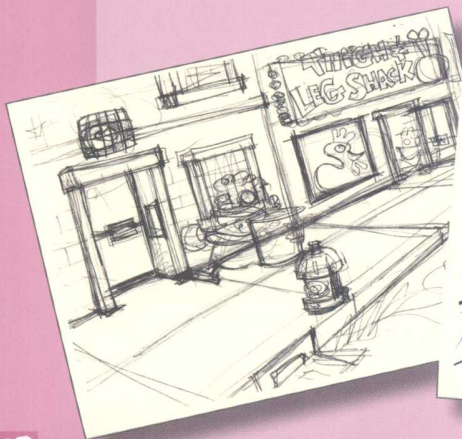
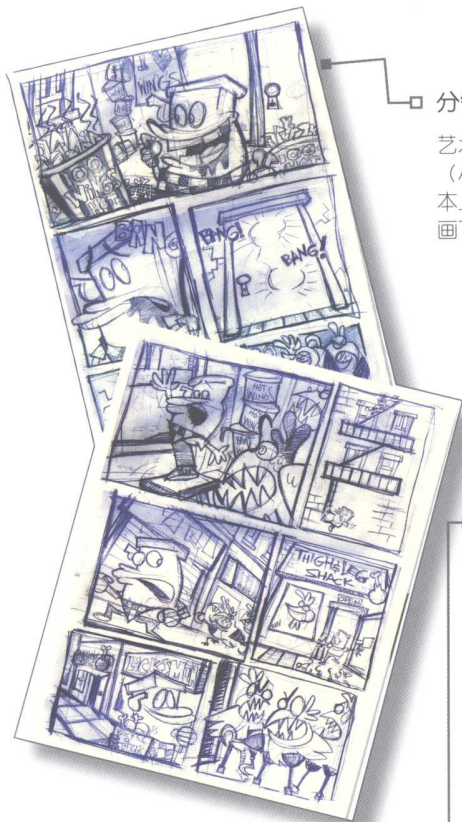
在创作动画片分镜头脚本的时候,有较大发挥创意的空间。动画中的笑话通常是在分镜头脚本阶段,而不是在文字剧本阶段添加。

分镜头脚本

艺术家、动画师阿米泰·普莱瑟(Amitai Plasse)在他的速写本上,为Flash动画《鸡翅膀》画下的分镜头脚本草图。

背景草图

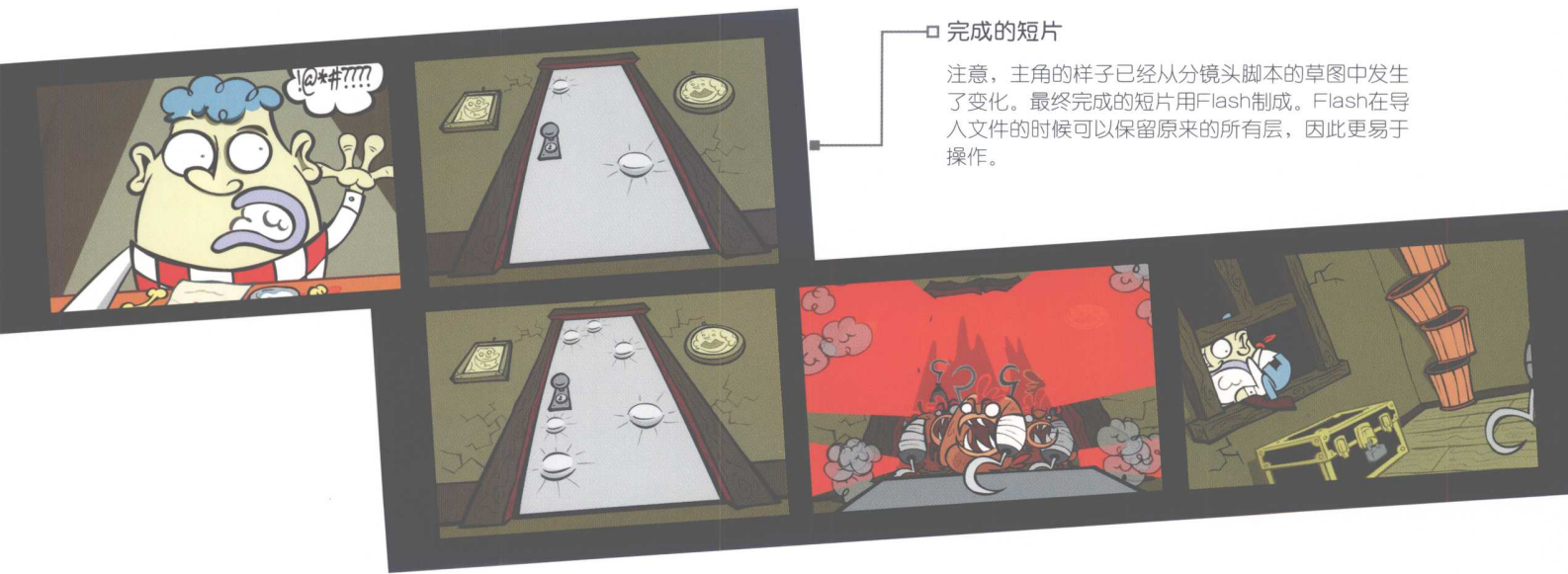
根据分镜头脚本制作了场景的草图,然后进行临摹、描线,做成背景的模板。接着,将模板扫描入电脑,转换成矢量图,用矢量插画软件上色。角色分布在不同层上,与背景叠加在一起,运用Flash软件进行动画制作。



故事背后的事

- 与制作团队见面，看看现有材料，讨论一下合同。参观工作室，了解工作的结构与价值。
- 浏览其中一个剧本，当然，还有制作“宝典”（关于设计和制作信息的文件夹）。与导演见面，花一点时间决定是否接受这份工作。这将是一份全职工作，可能花费1-2年时间。
- 每个工作室有不同的工作方式，一般说来，一开始导演管得很严，慢慢地才会赋予你更多的创作自由。开始工作的第一件事是在工作室中辟出自己的空间，保证沟通畅通。复制一份制作“宝典”和其他所有参考资料，熟悉确定使用的创作风格。同时，你还需要再现原稿设计中的画面，与指定风格保持一致。
- 阅读剧本，大胆指出片断中存在的潜在问题。时常确定你是否拥有最新版获认可的剧本。

- 保持可联系状态。你应该经常出现在工作室中。建议不要去证明自己画得多快，因为导演会对你提出越来越苛刻的要求，给越来越少的时间。只需要在规定的时间内交稿就可以了。
- 如果你感到不堪重负、头昏脑涨，也许可以找一名助手。在动画制作中，这是一件常见的事情。一般都有好几个分镜头脚本设计师分担同一份工作。
- 一开始，尽可能在工作室多呆一会儿，观察制作的不同阶段。你能从中获益良多，这将对以后的创作之路大有帮助。
- 在工作中找到乐趣！



完成的短片

注意，主角的样子已经从分镜头脚本的草图中发生了变化。最终完成的短片用Flash制成。Flash在导入文件的时候可以保留原来的所有层，因此更易于操作。

第40课 分镜头脚本检验



电影



电视



广告



游戏



动画

有时候,聘请设计师的目的不是创作,而是检验别人的分镜头脚本。检验的原因很多,有时候因为公司觉得他们的要求没有被满足,或者仅仅因为分镜头脚本,即使画得再好,却没有起到实际效果。也许那名设计师用一个高角度视点作画,而制作公司并不想用摇臂或其他机器,或者可能只因为分镜头脚本缺少连贯性。

分镜头脚本检验的工作性质和影视剧本检验差不多。有时候工作量不大,只需要增加若干镜头,增添电影的感觉。有时候需要将客户脚本调整为演示材料,或将别人画的客户脚本尽可能转变成拍摄脚本。有时候则因为错误的屏幕方向和糟糕的镜头选择,需要对分镜头脚本进行彻底修改。

一般说来,检验的要求不是让画面变得更好、画得更精细。大多数情况下,是需要“更聪明”的画面,在摄像角度、取景和镜头流动方面做得更好。

常见问题

首先,找到原始分镜头脚本的错误之处,了解导演或代理公司想将其修改成什么样子。如果有经验的话,你能很快找到问题所在。下面列举了分镜头脚本中经常出现的若干问题:

- 角色过于卡通化
- 缺乏连贯性
- 糟糕的屏幕方向、混乱的运动线
- 跳接
- 拍摄角度过于极端
- 工作尚未完成
- 不明确的镜头序列
- 切换太少
- 切换太多

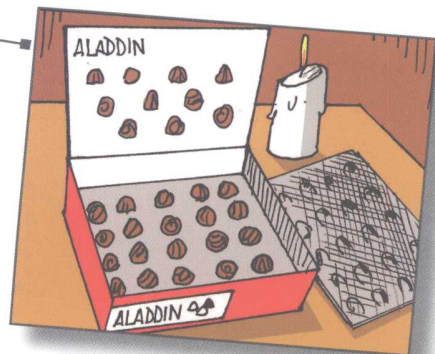


卡通角色

有时候,创作风格不够真实。如果一个真人拍摄的广告却由卡通角色出现在分镜头脚本中,客户会觉得很难想像最后成片的效果。由于某些原因,这种现象在广告中,比在电影中更明显。但是,也不要将真实与照片拍摄的写实混淆在一起。绘画还是较为潦草的,只不过以现实的风格渲染罢了。

增加真实感

如果客户希望分镜头脚本变得更真实一些,你应该用更现实的风格渲染它。有时候,可以为背景增添更多细节,这样会让画面看上去更丰富。



贴士

如果你觉得某个场景没必要或太长，不妨大胆地提出自己的看法。不过记得，你是一个雇员：最终拍板的不是你发表的个人观点，而是检验人员的意见。如果检验相关负责人不同意你的建议，即使有时候觉得不妥，也要服从大家的意见，接受大家的建议。

❑ 缺乏连贯性

如果问题在于缺乏连贯性，一般来说导演都会直接告诉你需要修改的地方，当然，他也接受你的意见。最常见的问题就是糟糕的屏幕方向，如果看到分镜头脚本，你很快就能找到这类问题之所在。

❑ 不明确的镜头序列

同样常见的问题还有不明确的镜头序列。有时候，你需要重新画几幅画面，才能让别人看懂，或使自己解释起来更顺畅。

❑ 拍摄角度过于极端

要聪明地使用极端镜头，换句话说，极端镜头的出现是有目的的，否则就会显得很唐突。

❑ 切换太少

在广告行业中，从客户脚本到拍摄脚本，经常会出现切换太少的问题。一旦客户同意了初始想法之后，为了便于操作执行，我们应该往客户脚本中加入更多技术细节，使画面丰富起来。下面分镜头脚本中的前两个画面可以表达出发生了一场意外，但是，为了让情节更加明朗，建议在两个画面之间增加更多画面。

跳接

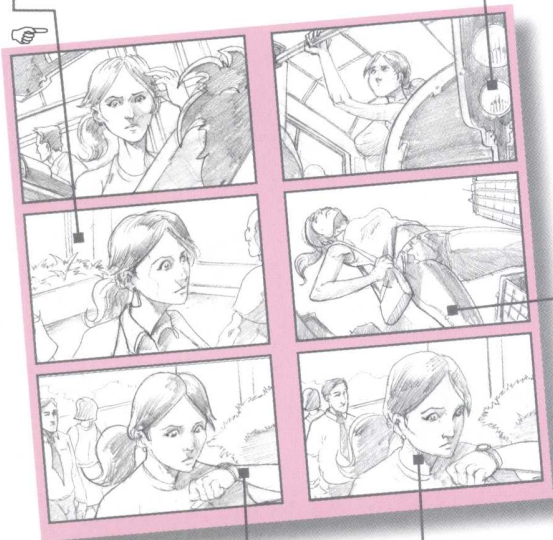
跳接最常发生在以下这种情况中：两个镜头连在一起，拍摄的是同一个角色，对着差不多同一个位置，比如，都是中景。如果这不是刻意而为，那就是错误的。

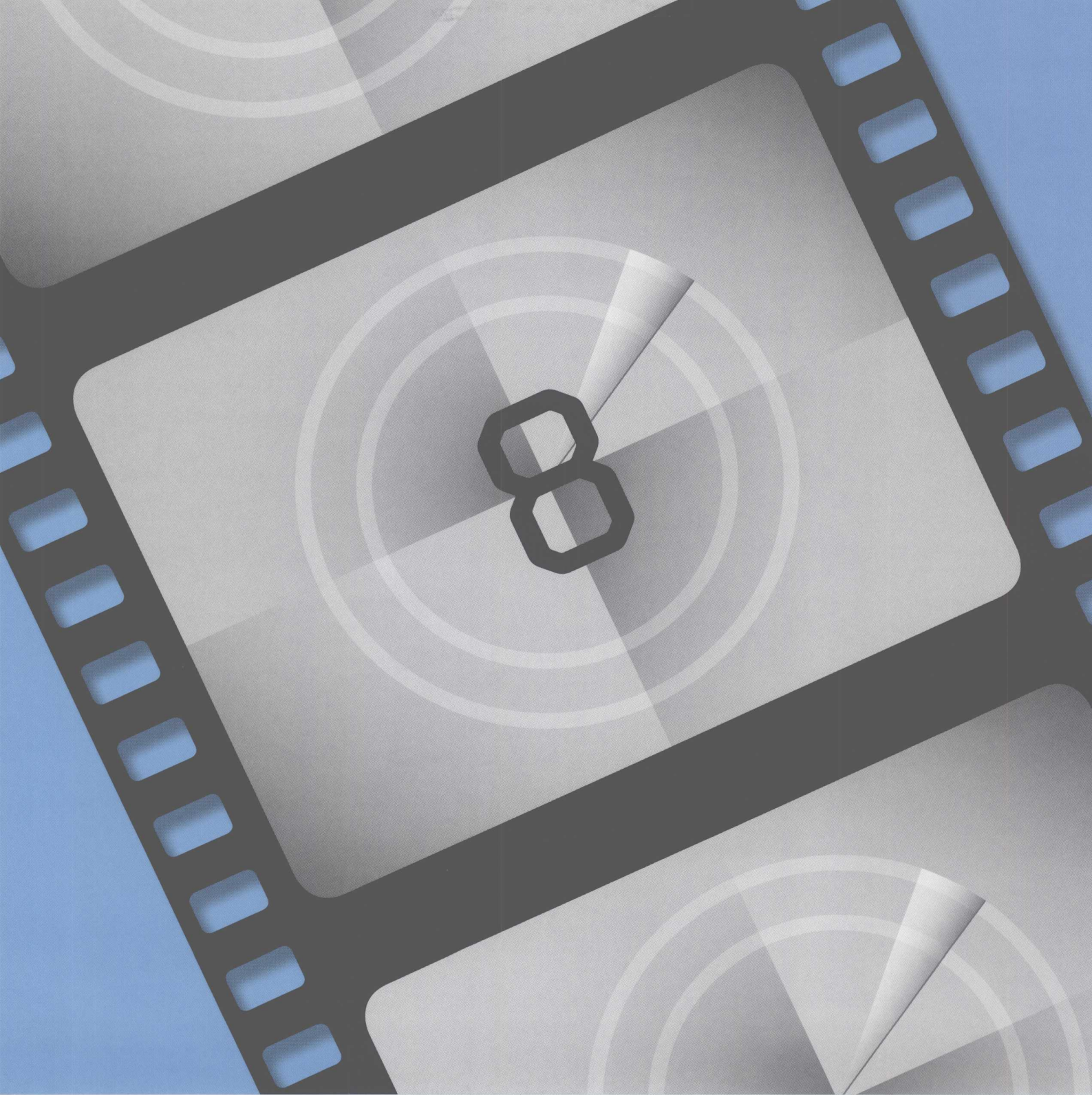
❑ 切换太多

切换太多之类的问题有时不能通过简单删掉不需要的画面来修改。在删除画面的过程中，你经常会发现，有些原始稿件需要进行返工——因此不仅要删画面，还要重新安排动作，重新画一部分新画面。有时候，你必须将两个或多个画面合为一个。比如，假设一个人正翻过墙，并正在打电话，或为了节省时间，也许你该把这两个动作合并在一个镜头中。把分镜头脚本当成动画预览（详情请见第86—91页）那样看待，这样就能明显看出哪些场景是不必要的。

❑ 工作尚未完成

这种错误指明需要增加画面，未完成的场景或动作。在这份分镜头脚本最后两个画面中，场地、情况明显发生了改变，前面却没有逻辑交待与铺垫。有时候，如果没法增加太多新画面，可以简单地增加一个箭头或一些文字说明，来阐释摄像机该如何工作。





第8单元

专业人士成长之路

条理	164
推销	166
态度	168
创建作品档案	170
创建网站	172
使用参考资料	174
采访	176



电影



电视



广告



游戏



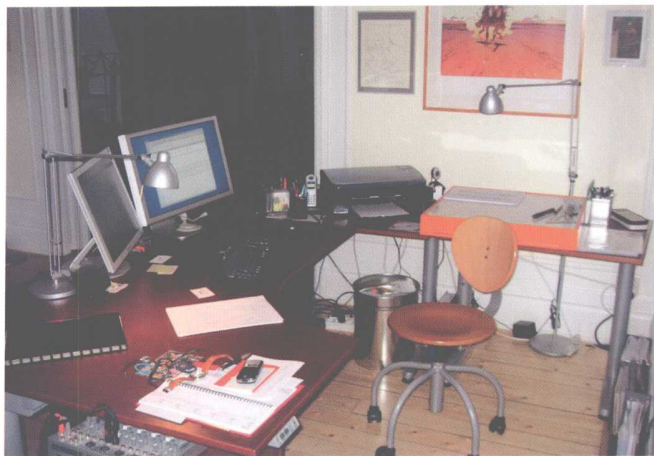
动画

想要成为一名优秀的分镜头脚本设计师，光有绘画天赋是不够的。天赋固然重要，可是光有艺术才华不足以顺利完成任务。还有一些其他事情需要考虑：组织性、条理性、沟通能力，一定的自信和完善工作的能力。不是每个人都有幸找到代理公司，在所有专业素质中，纪律性是相当重要的一条。以上所有特质加在一起，才构成了“专业”这两个字。

作为一名分镜头脚本设计师，你将在很紧凑的时间内工作，一次同时接好几个项目，也可能自己开公司。因此，你必须有条理。

有效的工作空间

听上去太枯燥和教条了，不过这些经验之谈确实管用。工欲善其事，必先利其器。有效的工作体系，能达到事半功倍的效果。艺术家以懒著称。懒的原因，大体是由于缺乏条理和规划：想想看，首先要找纸，然后规整马克笔，接着寻找参考书，这些琐碎的事情有多么消耗时间、磨损创意啊。面对乱糟糟的办公桌，想必没有一个艺术家会有好心情的。



条理

专用办公空间

能拥有一个个人专享的独立办公室自然是最好的，如果不可能办到，也可以在公寓中隔出一个角落做同样的用途。其实，空间大小不是主要问题，最重要的是有一张桌子或一个地方，能存放创作了一半的作品，不需要每天都收拾。如果每天工作的第一件事情是在布置工作室，把昨天收好的东西再摊开来，没有什么比这更扼杀灵感的了。

能在一天之内完成广告或MTV的分镜头脚本是再理想不过的事情。不过情况并非经常如此，尤其是创作初期。一开始，即使是小任务也需耗费几天时间，而且，你还可能同时应付着几个任务。因此，条理非常重要，应该有一个清晰的计划，确保你在各个任务之间轻松地转换。

便捷

将资料放在方便拿取的地方。有时候，起身寻找某本书的时间，就足够打断你的思路，使你难以再次集中精神了。建议在桌子前面放一块公告板，将有用的参考图片、照片钉在上面（详情请见第174页）。为了在网上搜索资料、数码照片，接收来自广告公司或制作公司用Email发送的参考资料，准备一台电脑也是必不可少。

另外，在开始工作之前，还要确保所有工具的齐全。多储备一些库存，才不会因为墨水或纸张用完而中断工作。打印出足够的、不同种类的画面模板。总之，当你坐在办公桌前的时候，已经万事俱备，可以马上投入工作状态了。

电脑操作

现在，Email比传真更受人青睐，因此，你必须学会将作品扫描入电脑。为了节省扫描时间，可以每页画两个分镜头脚本条。

现在的扫描仪速度很快，而广告和MTV大概只有几页脚本，扫描起来花不了多少时间。如果是电影分镜头脚本，扫描确实会花费不少时间。对于动画片来说，你必须传送原稿，因为工作室需要将原稿存档，还要确保分发的是最新版本。使用电脑的时候，要养成随时备份的好习惯——作品如此，电子邮件亦如此。电脑可能会中毒，而客户列表是你工作的基础，你应该不希望失去他们的联系方式吧。每当添加了新联系方时，请将所有数据打印出来（姓名、地址、电话号码和Email）作为备份。

存档系统

每个人都有自己保存文档的方式，最适合自己的就是最好的。避免建立重复的文件夹。简化的办法之一是建立一个叫做“分镜头脚本”的文件夹，在这个文件夹里面分别为每个对应公司建立一个文件夹，然后在每个公司的文件夹中放入对应的个人工作文件。经常性地整理、分类以前的分镜头脚本，这样才能在回顾或续接以往作品的时候，轻松地找到它们的位置。有时候，当你彻底忘记了某份工作的时候，仍需要对以前的作品进行修改。这个时候，你就会发现存档的重要性了。活页夹和塑料文件夹是整理文件的好帮手。整理老作品、参考资料和发票时，订书机也是必不可少的工具。



文件和文件夹

现在，因为采用Email传送文件的方式，分镜头脚本的原稿往往保留在设计师手中。请将所有文件存档——不仅可以作为个人收藏，而且老的分镜头脚本中确实有很多值得重新回收利用的地方。比如产品展示镜头、各种产品、汽车模型，甚至还要对老分镜头脚本进行更新，或者将中断的工作重新进行到底。

发票

作为一名自由职业者，你必须自己管好发票。保留每一份工作的详细记录，包括工作的日期、联系人、公司、时间，当然，还有你的报酬。记录下你递交发票，以及公司报销发票的时间。因为你也许同时在为不同的公司工作，很可能将以上事情混淆。为了避免出错，请事先与公司协调好报销和薪酬事宜。如果你正为一家外国公司服务，首先弄清楚该国发票报销的程序，因为各个国家的规则是不同的。比如，在意大利，报销发票的标准时间是3-6个月之后！

时区



纽约 早上



悉尼 下午



东京 下午

如果需要与世界各地的人们合作，请了解他们所在区域的时间。否则的话，你有可能无意将某人吵醒——甚至更糟糕，你会发现所谓的7点截至，其实是6个小时以前的事情！当然，也存在潜在的好处，因为时差的缘故，可能同事们还没到办公室，你已经开始工作了，这样无形中就多出了几个小时空余时间。

发票号：608

时间：06年10月12日

公司名称：媒体传播有限公司

联系人：克里斯汀

作品号	名称	价格
故事B	分镜头脚本	1,000.00美元

金额 1,000.00美元

运费 00美元

其他支出 00美元

增值税 00美元

总额 1,000.00美元

支付细节：（包括你的银行信息和希望支付方式）

地址：（可能包括你的地址和联系方式）

感谢

发票

记得在发票清单中加入你的地址和联系方式。此外，发票号也很重要，这样方便你向财务部查询该笔费用的报销进度情况。

推销



电影



电视



广告



游戏



动画

现在,你已经掌握了分镜头脚本的基础知识,是时候将自己推向市场了。那么,应该怎么开始呢?首先,展示自己的作品应该不是难事吧!以前画过的画、样本、练习等都可以。一开始,大家对你都不了解,因此,你必须从这一步开始,将个人作品档案作为通向分镜头脚本创作之路的敲门石。

既然说到了敲门,在敲门之前,是不是应该清楚你想敲的是哪扇门——换言之,你对哪个领域感兴趣?是动画、广告、真人电影或电脑游戏?如果你还没有确定想在哪个领域发展,那么,请先做一番调查,了解自己的喜好和行业发展状况。

其次,找工作还需要一点条理性。整理你的工作室,了解你的优势,当然,还有劣势。你不会希望无法胜任找到的工作吧?知己知彼,方能百战百胜,用在找工作上也如此。只有适合自己的,才是最好的。

第三,还需要自信,特别是在面试的时候。即使你感到害怕、紧张,也不要表现得过于明显,让别人看出来。要学会自信地展现自己所知道的。

最后,请记住,这是一个变化很快的行业,在这个行业中生存,每天都可以学到新的东西。



专业的作品档案

简练精干、言之有物的作品档案,这比长篇累牍、泛泛而谈的作品档案要好。面试通常持续的时间都不长,没有人耐心把你的“巨著”看完。因此,最好将作品档案浓缩,只展示精华部分即可。

推销工具

作品档案:

推销自己有多种方法,让我们从传统的有效方式开始——作品档案。

至少,你需要收集最新的相关作品和完成的绘画来展现自己的风格与能力。为了方便携带和拷贝,作品档案一般呈A4纸大小,存放在带拉锁的文件袋中(详情请见第170页)。

挑选面试之后可以留下的作品进行复印,并留下你的联系方式。作品档案则选择印刷的方式:这能给未来雇主留下好印象,为你营造专业的感觉。

名片:

准备一些名片,以备随时分发。现在,电

脑和打印机等设备的应用,做名片已经不是什么难事,你甚至可以自己动手。要知道,有很多其他设计师也在应聘这份工作,而且有很多名片留在招聘人员手中,如果没有一定创意很难吸引招聘者的注意。而只有让招聘者对你的名片留下印象,才能在下次有任务的时候想起你。

宣传册:

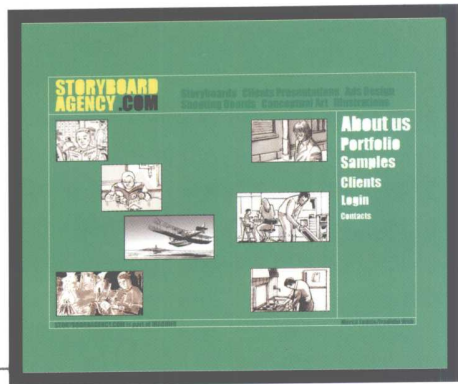
你甚至还可以印刷一份小册子或速写本分发给各公司。这样做的成本当然比印刷传统名片要高,不过俗话说得好,佛靠金装人靠衣装,在推销自己的过程中进行适当的包装,这是投资而不是浪费,说不定因此能得到更多工作机会呢?

保持时刻在线

留下你的手机号码或Email地址，让大家随时都能找到你。不过，切勿留家中电话号码。出于经济原因，很多出色的分镜头脚本设计师不得不在家中办公。可是，工作是工作，生活是生活，不要把两者混淆在一起。你需要有私人空间，当你不想工作的时候，就可以退回到自己的空间中去，不再受外界的干扰。

创建自己的网站

网络是推销自己和寻找资料的绝佳工具。你可以在上面展示自己的作品，还可以足不出户就联系到世界各地的公司。创建自己的网站并不难，成本不高，而且会让你显得十分专业。将网站想像成为你的环球工作室，一天24小时，每周7天都在营业，多么神奇啊。网站的内容必须尽可能简化。大段的动画介绍或花哨的交互动作根本没有必要，应该尽



□ 网站页面

现如今，互联网上有无数网站链接，你的网站页面应该尽可能简洁，让访问者觉得该页面很亲和，便于浏览。

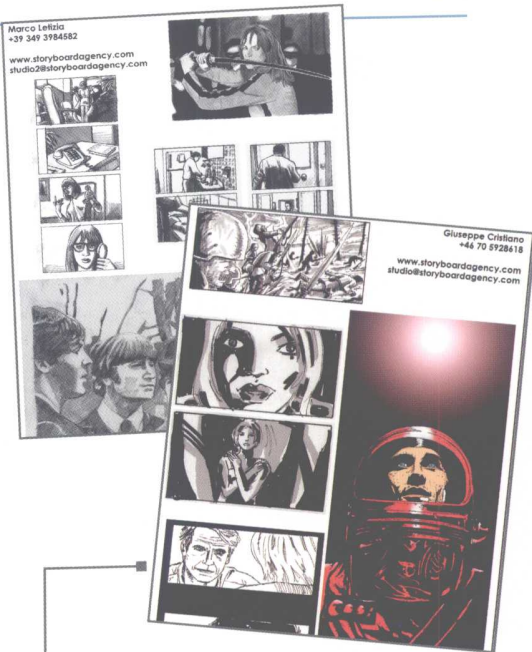
量避免。即使它们有效，也只能看一次，第二次就会让人厌烦了。记住，你的潜在雇主很忙，非常忙，忙得焦头烂额。他们只想知道作为设计师的你，能否胜任这份工作。因此，以最简明扼要的方式告诉他们答案，留下你的联系方式和作品样本集，足以。不要在网站上涉及报酬问题。此行业固然有标准薪酬，但每一份工作都是独一无二的，在商议报酬之前，最好先清楚此工作的特殊性质。根据工作量、工作时间、工作内容等的不同，才能确定索要报酬（详情请见第172页）。

如何创造更多机会

或许，你需要参加各种会议，在网上搜寻相关艺术节，以便找到更多机会推销自己。出席的时候不要忘记将可能需要的材料准备齐全，比如作品档案样本、小传单或名片等。最直接的推销方式是给各个公司和制作单位打电话，预约面试时间。一般说来，这些公司都很乐于认识新人，因为临时找分镜头脚本设计师不是一件容易的事情。

要想找到更多机会，首先应该确定你所在范围内的所有制作单位和公司地址。广告公司一般坐落在大城市的商业区，坐拥地利之便，能够快捷地享受到印刷、快递、银行、旅馆和饭店等服务。他们经常需要款待来自外地的导演和客户，因此位置很好找。而电影制作公司通常坐落在郊区，因为他们需要更大空间来容纳更多人员。

你可以从当地电话本或网上找到公司地址等信息。最简单的方式则是买一本当地产业资源手册，或找到罗列了你所在区域内广告公司、制作公司或动画工作室的网站，上面包括了公司的地址、联系人、电子邮件和电话号码。把想要联系的公司电话号码抄录下来，



□ 留给客户的样本

一张留有你联系方式和代表性作品样本的纸，对于客户来说已经足够了。不要忘了同时留下你的名片。

随后，就开始打电话吧。

第一次联系应该从打电话开始，因为通过电子邮件的话，你永远都不知道它们是否已被人阅读。打电话，然后请求一次面试机会，这就是你要做的事情。不过，打电话并不轻松，通过电话交流，必须同样展现出专业素质。记住，这是你与潜在雇主的第一次接触，需展现最完美的一面，给别人留下好印象。

约见潜在客户

与潜在客户见面时，永远都记得带上作品档案，或者，一张留有你联系方式和代表性作品样本的纸会更好。

态度



电影



电视



广告



游戏



动画

不管是面试还是工作，态度决定一切。在与代理公司或制作公司合作的过程中，态度很大程度上决定了他们是否对你感到满意。

那么，他们对哪些方面比较感兴趣呢？作为分镜头脚本设计师的技能是必备要素，除此之外，还有你的忠诚度，以及在截稿期限内按时交稿的职业操守。



盛装

在这个行业中，初次见面穿西装、打领带未免过于正式、古板了。你应该展现的是富有创造力的一面！

得体的装束

便装，但是搭配得体，适合与新客户初次会面。

糟糕的装束

划烂的牛仔裤、磨破的运动鞋，对于第一次面试来说，未免太随意了。起码应该让人觉得你是个有条理的人。

评估你的能力

如果你觉得自己无法胜任某项工作，最好马上作出评估，然后让招聘者在第一次面试的时候得到回应。当然，你不能直截了当地告诉他们：对不起，我的能力不行，没办法做这份工作。也许，你可以委婉一些表达，比如，我最近手上还有其他工作，时间比较紧张，恐怕没法在短时间内抽身。如果有更多时间，也许你真的可以完成此项工作。如果公司急着完工，他们可能会找别人。这并不代表他们对你的印象不好，你仍然给人留下了专业大忙人的

印象。相反地，如果不考虑个人能力盲目接活，在中途撂下一堆烂摊子，反而无法收拾，毁坏了自己的名誉。

一开始，准确评估自己的能力不是一件容易的事情，而且准确评估一项工作的难度也很难。有些工作很简单，有些工作则相当复杂，你需要一点时间去培养自己的“评估”能力。

随时可联系

有时候，代理公司或制作公司看你是否能

胜任工作，就看是否可以随时联系到你。因为某些工作的时间非常紧张，如果难以联系到你，是对时间的巨大浪费，说不定还会影响工作。有些公司非常依赖电子邮件，好像你必须24小时都在线上。不过，永远在线很难做到，因此，手机还是联系某人最常用、最可靠的手段。

如何对待截稿时间

在广告行业，你经常会听到“请尽快把活做完”这种催促。有时候，工作真的是非常紧张；有时候，则是因为负责人接了太多的任务，而对时间估计不足。因此，当他们联系你的时候，时常感到压力很大。面对焦灼的目光，首先让自己的头脑保持冷静，不要陷入赶场的怪圈中，因为有些任务并非真的很紧急，还有商量的余地。

建议在周末的时候适当休息。如果你不这样做，别人会以为让你周末加班是天经地义的事情。当然，周末加班可以延长公司的工作时间，缩短完成任务的周期，如果你觉得周末工作可以接受，那么在遇到紧急任务的时候，起码应该在报酬中增加一点加班费。大多数公司不会对增加费用提出异议。

如果比预定时间早完成任务，也不用急着交稿。依然在限定时间内交稿，可以体现出守时高效的形象，而且不会把自己逼得太急。甚至，你可以稍微拖后一点时间。因为修改和变化也是工作的一部分，在完工时间一定的情况下，公司检查和细看的时间越长，需要应付的变化则越多。

如何对待拒绝

作为一名分镜头脚本设计师，必须适应被拒，即使被否定了，也没什么大不了的。每个人都会遭拒绝，即使是大师也一样，不必为此焦虑：这是再正常不过的事情。

被拒绝的原因很多，多数时候与你的能力无关。比如，导演可能已经确定了长期合作、值得信赖的分镜头脚本设计师，但制作公司并不知情，以致你一开始兴致勃勃，以为此项工作非你莫属。

或者，制作公司仅仅觉得你的风格不符合他们的要求。因此在此应聘的时候，你应该充分了解公司的需求。一般在公司介绍中都有详细说明，描述他们想要招聘的人才。确定自己与公司的需求匹配时再进行应聘，可以降低风险。

如果导演明显真的不喜欢你的作品，只能说对不起，这件事情太糟糕了。要知道，你不可能永远都是幸运儿，振作起来吧，还有更多事等你去做。

如果导演明显真的不喜欢你的作品，只能说对不起，这件事情太糟糕了。要知道，你不可能永远都是幸运儿，振作起来吧，还有更多事等你去做。

如果导演明显真的不喜欢你的作品，只能说对不起，这件事情太糟糕了。要知道，你不可能永远都是幸运儿，振作起来吧，还有更多事等你去做。

如果导演明显真的不喜欢你的作品，只能说对不起，这件事情太糟糕了。要知道，你不可能永远都是幸运儿，振作起来吧，还有更多事等你去做。

别沮丧，
振作起来！

务必尽快！

扩大选择余地

为了降低投入大量精力之后依然被拒绝的风险，可以多联系几家公司。当收到一家公司的offer时，要养成立即着手应聘更多公司的习惯。

如果你有志于在电影行业发展，也不要忽略其他行业，比如广告公司提供的机会。要学会随遇而安，把握任何一个可能得到的工作机会，即使只是画简单的插图。这样，你才能保证有稳定的经济收入。

若有某家公司提出口头承诺，说日后有分镜头脚本请你创作，切不要以免费绘画作为回报。大多数时候，那都是空头支票。现实是，当你提供了免费服务之后再打电话到那家公司，提供承诺的负责人却已经离岗了。

拒绝信

将收到的拒绝信或Email保留下来，但不要因此而气馁。风水轮流转，好运终将来临。

亲爱的艺术家：

感谢你应聘我公司分镜头脚本设计师职位。很遗憾地告诉你，本公司目前不需要你提供的这种作品/服务。我们将把你的信件/邮件保存在资料库中，如情况有所变动，将及时通知你。

祝好运。

简·格林

亲爱的艺术家：

我们收到你的邮件，不过，我们很少需要分镜头脚本设计师或插画师。我已将您的信息告知公司，如有需要将另行通知。感谢。

马莎·波特

创建作品档案



电影



电视



广告



游戏



动画

向潜在客户展示精美的作品档案，是获得工作的重要手段。所幸的是，现在很多印刷店都提供“按需印刷”服务，甚至可能以极小的成本印刷小册子。印刷一本可以留给公司或潜在客户的作品档案册，这是一个不错的创意，也是相当值得的投资。

作品档案就是你的名片。它展现了你的艺术天分和组织能力。好的作品档案，相当于给客户吃了一颗定心丸，让他们觉得已经找到了左膀右臂、得力助手。另外，针对产业内行业的不同，你应该准备几种不同内容的作品档案，来满足不同客户群的需求。比如，针对动画公司的作品档案与针对广告公司的作品档案大不相同。

不管你针对哪个领域，面试/见面之后，最好提交与行业相关的内容和名片。

不要停止探索的脚步，始终了解你面向的市场。随着经验的积累，你将锻炼出敏锐的判断力，初次见面就理解公司在找什么样的人，相应的，知道你应该向他们展现什么。

实用性

文件档案应该简洁、实用，最重要的是易于反复翻阅。为了方便携带、翻阅，看上去更精致雅观，建议使用优质的公文袋（在任何美术用品店中都可以买到）。还可以选择档案文件夹，你可以在报摊和文具商店中买到。

为不同的客户量体裁衣

如果初次创建作品档案，最重要的事情是考虑你打算进入的市场。不管对哪个领域感兴趣，都应该量体裁衣地设计作品档案，以迎合那块市场的需求。广告公司会对写实绘画、日常生活场景较感兴趣，要求画面干净整洁、通俗易懂。动画工作室更愿意看到你绘制人物、角色、连续画面和动作的能力。电影制作公司则侧重于可以体现出你进行服装设计、绘制情绪板的能力的高质量插画，以及更成熟完善的作品。如果你对电脑游戏感兴趣，请在作品档案中加入一些动作分镜头样本。

针对电影行业的作品档案

如果你主攻电影行业，所创建的分镜头脚本格式与其他分镜头脚本有所不同，最明显的就是尺寸，会更宽一些。自然，创作风格也有区别，比如，电影分镜头脚本的风格与广告不同。你需要应对上百个画面，还需掌握不同的“画风”——快速的风格和精细的风格（在会议中，必须指出两种风格之间的不同，以及分别需要付出的时间）。

在作品档案中，应该包含不同类型的速写，以及任何能够证明你设计能力的东西。如果绘画基础好，你可以在作品档案中加入一些类似概念艺术的作品样本。始终记得，你需要面对的是镜头的世界而不是静止的物体。

针对电影行业的作品档案

需向潜在客户展示不同的风格。



针对广告的作品档案

想知道针对广告的作品档案中应该包含什么内容，看看电视就知道了，那里充斥了太多的广告。一般说来，广告需要展示日常生活状态——人们正在喝咖啡、读报纸、开车等。绘制的范围广泛，从人物到车辆，最重要的还有服装、鞋子和其他物品。即使是我们每天都会接触到的场景，想要再现也不容易。听起来似乎不可思议，但确实如此，记忆有时候是靠不住的。在这种情况下，你可以多找一些杂志，临摹上面的图片。更好的办法是带上数码相机，把场景拍下来。比如汽车，市面上有很多专业汽车杂志可以作为参考。等到你对日常生活场景了如指掌的时

候，再尝试用4-8个画面创造一个场景。

完成了前面的基本功练习之后，我们开始来设想一下你将为公司画一个招贴或广告的草图，比如，某种饮料。创作几组不同的草图，从中挑选出你认为最满意的那些（可以让亲朋好友帮你选择）。然后再从中挑选出一幅画面，用不同技术手段绘制出2个或3个样本，比如，一个样本用黑白灰色填充，另一个用彩色，还有一个用电脑上色。在创作生涯的初期，或许没有多少样本可供展示。随着经验的积累、工作的深入，就能替之以不同风格的样品，增加更多更能代表你水平的作品。

针对广告的作品档案

除了已经完成的分镜头样本，还应该包括日常生活场景的画面，这对广告行业来说尤为重要。

针对动画的作品档案

对于动画来说，情况更复杂一些，主要是因为动画制作的分工很多。你需要对传统动画和电脑制作动画都有所了解。你的作品档案应该既包括展现绘画水平的、用传统工具绘制的图画（放置不同内容的图稿——人体结构、运动研究、动物绘制等），也包括符合所应聘工作室风格的图画。

作为一名制作人员，必须善于适应不同的风格。因此，你应该在作品档案中展现自己多变的风格，体现出你随机应变的能力和强大的可塑性。不过，切不要临摹公司以前制作的作品，否则他们也许以为你是一个新手。一般说来，一名专业设计师的作品档案中需要包含以前为其他代理公司或制作公司绘制过的作品，以及一些个人创作——不是你的练习和研究，而是已经完成了的成熟作品。

针对动画的作品档案

研究你针对的市场，迎合潜在客户的需求，接近他们偏好的风格。



创建网站



创建一个自己的网站，就好比拥有了一个面向全球的办公室。想一想由此带来的好处吧：几乎没有租金、常年开放、随时保持连线状态，而且，很明显，可以通过这个“虚拟工作室”向任何人展现你的作品。

创建网站不是一件太难的事情，在软件帮助之下，几天就能完成并投入运营。

你需要有一定的创意和图形图像设计能力——不过，作为一名分镜头脚本设计师，这些能力自然不在话下。不要忘记多浏览其他艺术家的网站——不管是你崇拜的艺术家，还是你的竞争对手。

从何处开始手

首先，你需要为网站取一个名字；然后，再申请一个域名，很多网络供应商均提供此项服务，而且价格低廉。注册一个网站和邮箱只需几分钟时间，相关内容可浏览网站www.domaindirect.com。从类似网站上，还可以检查你申请的域名名字是否已被人占用。挑选名字的时候，以简短、容易记忆为佳。

网站设计

设计网站第一步：在纸面上画出设计稿，即使只是粗略确定“页面”的感觉。这样做可以简化后面的步骤，操作起来更便利、更有逻辑性。感觉上，就好像你在为网站进行分镜头脚本设计一样。

软件

网站设计软件大致上可以分成四种：

- 图形图像制作软件（绘画和润色）
- HTML网页编辑软件。HTML（超文本标志语言的缩写）是可供浏览器浏览、网上使用的文件格式。它确定了网页的布

局、字体和其他图形图像元素。

■ 制作特效（比如动画）的特殊软件。

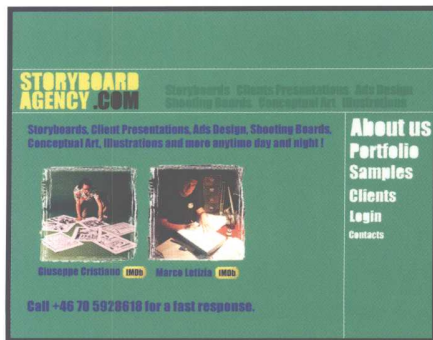
■ 网络浏览器。

最著名、最常见的软件有Microsoft Frontpage、Macromedia Flash 和 Macromedia Dreamweaver。在网上也能找到很多提供免费网页设计模板的网站；你要做的，只是加一些自己的内容进去。

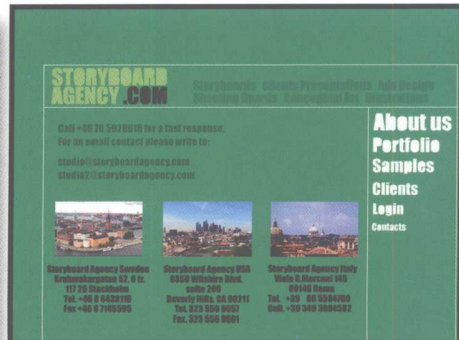
如果你打算用HTML语言编写网站，首先需要处理图形图像部分。如果你打算用Macromedia Flash，图形图像可以与网站其他部分的设计同时进行。整个过程都保存在自己的电脑硬盘中，只有完成以后才上传到网上。在设计阶段，你需要不时地测试网站的可用性，因此，还必须掌握关于网络运营的基本知识。

保持简单

那种设计了很多页面、放置了很多文字的网站过于复杂，并不怎么受网上冲浪者的欢迎。应该尽量避免长篇累牍地介绍或动画；第一次看的时候或许觉得有意思，不过很少有人愿意一遍又一遍地看那些内容。



首页



联系方式

清单

保证你的网站中包含如下页面：

- 主页
- 自我介绍页面
- 作品展示页面
- 客户列表页面
- 联系方式页面
- 工作进行时/客户登录页面

前的页面格局做大改动，就可以在网站中加入客户列表页面。

联系方式

联系方式页面十分关键，不要遗漏你的Email、家庭或办公地址、电话、传真号，特别是手机号码。

客户登录

增加客户登录界面，客户可以进入你的网站，看你的工作进展，下载相关工作文件。对于长期工作，比如电影分镜头脚本创作来说是很有效的。

经常地更新你的网站，至少更新联系方式和作品展示。

客户的时间宝贵，不能为寻找合适分镜头脚本设计师花费过多时间。因此，联系方式部分中，手机号码是最重要的元素。至于作品展示方面，最好放一批多样化的样本，不仅能展现你的风格，还体现了各种不同规格标准，比如黑白分镜头脚本、灰度分镜头脚本和彩色分镜头脚本等。这样浏览网站的人可以很快从作品展示中评估出你的能力。不必为标示在网站上的价格担心，如果双方满意，价格的问题还可以通过电话细谈。

首页/自我介绍页

在自我介绍中，无需涉及你的简历/经历或关于教育背景的细节；如果客户真的需要，可以事后再发。网站上不应该放太多文字，这点很重要；相信你的未来老板也希望看到简洁的页面。

自我介绍不要太长，要言之有物。在介绍中，应该提到你绘制的分镜头脚本有哪些特点，透露一些你个人喜好之类的信息。你可以提到，比如，以前做过哪些广告，有什么

工作经验；或者坦言，实际上你对摄像工作也比较有兴趣。

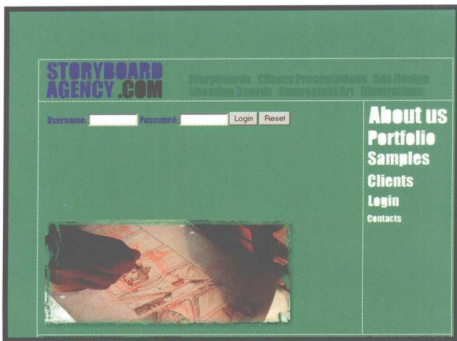
作品展示

作品展示应有明确的导航；实际上，它就是一份网上档案。如果你愿意，可以在网站上增添下载作品档案PDF版本的链接。

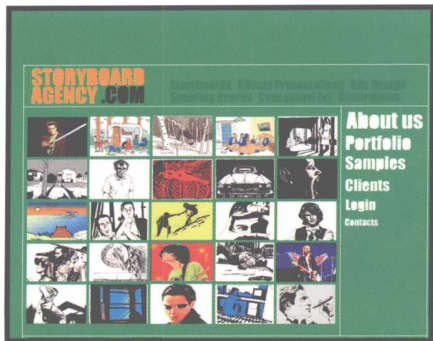
Acrobat（PDF）格式既可在PC机上，也可在Mac机上打开。如果你的创作风格多变，也许不只需要一个展示页面。展示的页面可以进一步细分成不同类型，比如以媒介载体的不同进行区分——动画、电影、概念艺术等。记住，请不要添加高分辨率的图片。没有比一个下载速度缓慢的网站更让人烦躁的事情了。

客户列表页面

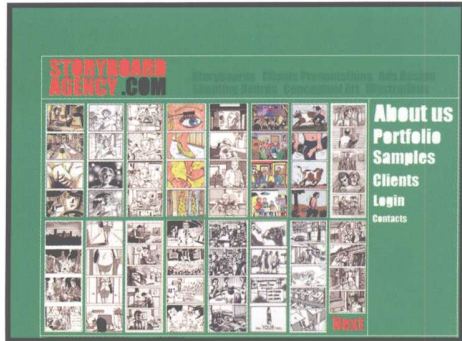
对于自由职业者来说，越来越多的人开始重视他们的工作经验。因此，罗列曾经服务过的客户很重要。不过如果你是一个新手，也许现在还不足以创建这么个页面。无论如何，不久后的将来或许你就需要了，因此在设计之初就应该做好预留，之后不需要对目



登录界面



作品展示页面 I



作品展示页面 II

使用参考资料

作为一名分镜头脚本设计师，你的创作范围应当相当宽泛，客户会要求你画任何他/她想要的东西。因此，你必须保持广泛的兴趣爱好，涉猎各种知识，包括历史、艺术、建筑、电影等。除此之外，特定的图片更是激发灵感的良方。代理公司或制作公司通常会像你提供一些他们有的资料，不过大多数时候你需要动用自己的资料库。

你可以通过这些东西激发灵感：任何让你有创作感觉的东西、各种模型、图片书、杂志和漫画等。互联网同样是神奇的资源宝库，可以使用Google之类的搜索引擎，键入关键字，在几秒钟之内，就能方便地寻找到各种工具、地点、字体、产品、服装、动物、汽车等。

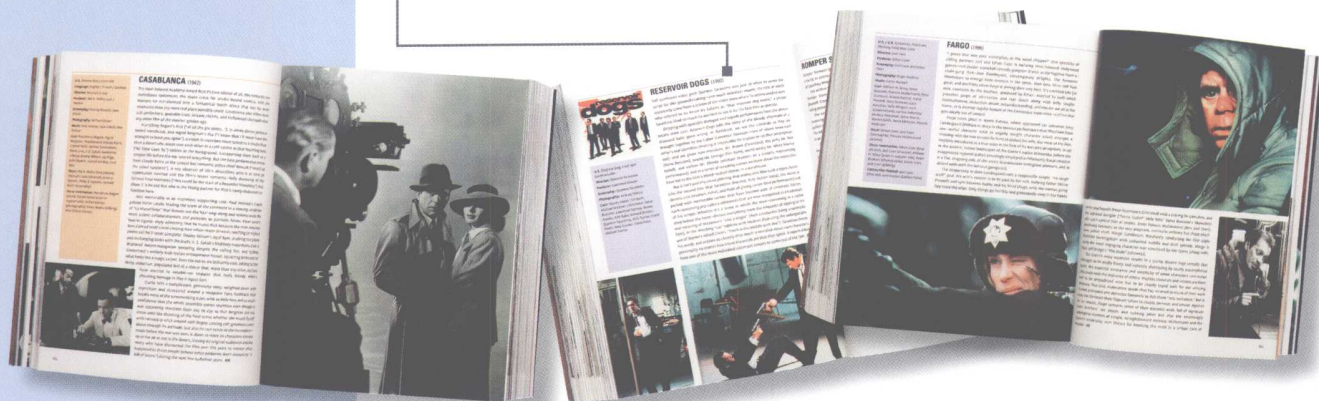


资料板

在工作室中创建一块自己的资料板。把任何打动你的东西钉上去，不管是明信片还是糖纸！

书籍杂志

对于传统电影来说，电影类书籍是很好的信息来源，不管新旧。订阅电影杂志也是一项值得的投资。





一次性成像照片快速便捷，适用于作镜头的参考。

保存！

保存并对现有资料进行分类是一个好习惯，因为你不知道究竟哪一天忽然需要它们。每个设计师都有他/她明显的弱点，也就是对于他/她来说，某些东西虽然绞尽脑汁、搜索枯肠，却实在很难画出来。不管那是什么东西，只需意识到弱项的存在，并努力克服——保证手上有足够多的相关资料就可以克服。

有用的工具

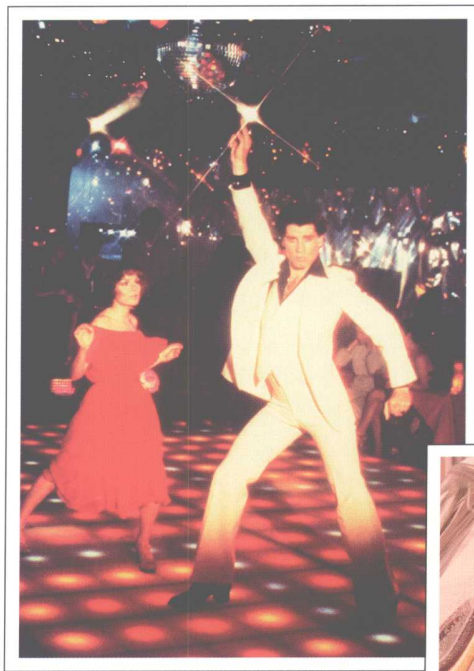
数码相机是收集参考资料十分有用的工具，你可以随身携带，拍一些地点、人物、建筑和服装的照片，也可以在会议时记录下产品的信息和参考资料，还可以连拍一个动作序列，作为绘画的参考。你甚至可以找一个朋友或模特，把整个分镜头脚本中的画面都用照相机预拍一遍，然后打印，放在灯光台上临摹出来。

照相机的分辨率不需要太高，只要能在电脑屏幕上看清楚就好了。如果需要通过Email接收和传送文件、照片，分辨率更不能太高，否则速度就会很慢，甚至发送不成功。照相机的尺寸也很重要，要选择那种小小的，适合放在口袋中的相机。



数码相机

如果有可能的话，请随身携带数码相机，将日常生活中点点滴滴记录下来。



电影中的静帧

某些电影静帧也是很好的画面。因为公司在概述会议上，往往会提到电影中的某个镜头，因此你应该多多熟悉它们。

经典镜头

最好收集几部众所周知的著名电影，当大家谈起经典镜头或连续镜头的时候，能够有章可循，特别是与广告商合作的时候，因为代理公司和制作公司喜欢参考和提起经典镜头。有一些经常提起的镜头，比如《出租车司机》（*Taxi Driver*）中开车的场景、夜生活、摄像和20世纪70年代的风格；或者《毕业生》（*The Graduate*）中的构图和取景；香港电影中的打斗动作；《周末夜狂热》（*Saturday Night Fever*）中的服装设计以及关于迪斯科的感觉。在电视连续剧中，关于早会和商讨，则经常提到《希尔街的布鲁斯》（*Hill street Blues*）中的镜头。还有很多其他的例子，不胜枚举。作为样本和参考资料的著名影片，其实已经变成了电影语言的一部分。对电影历史和电影行业的大概了解是分镜头脚本创作的必备知识和前提条件——尽可能多看电影吧！





电影



电视



广告

采访

名字: 雷 (Ray Kosarin)

职位: 动画电视连续剧和电影导演

目前工作: 热播动画连续剧《Daria》的
监制; 电视卡通连续剧 *Butt-head* 的
导演; 派拉蒙电影 *Beavis and Butt-head do America* 的团队导演。



来自专业人士的建议

问: 你是怎么运用分镜头脚本的?

答: 视具体情况而定, 因性质、产品的不同而变化。不过, 我比较喜欢一开始就使用分镜头脚本, 因为它是视觉化的剧本。因为电影终究是视觉语言, 和文字剧本毕竟隔着一层, 还是分镜头脚本更贴近一些。优秀的电影制作人都知道这一点, 他们认为, 文字剧本和分镜头脚本是不可分割的一部分。在动画中尤其如此, 因为其根植于丰富的想像力中, 天生就有一种想用视觉表达的冲动。

问: 你是怎么创作分镜头脚本的? 能说说你个人的经验吗?

答: 一开始, 我喜欢快速、潦草地画画, 将心中的概念立即表现出来。创建镜头、排列它们, 对我来说是在做一件发自内心的事情, 是几乎出于本能的行为。让心指引, 遵循直觉, 也许这就是最聪明、最可靠的创作方式。当然了, 才华也很重要, 不过更大程度是一种补充——它决不是掌控观众喜怒哀乐的唯一钥匙。

我喜欢把细节留到最后设计, 比如说房间的内部装修或角色的衣服, 过早考虑这些问题, 就好像还没有买车, 就先买车内饰一样。等到镜头完成之后再考虑细节, 能够更好地表达、强化我想要传达的信息。

问: 创作电视连续剧的分镜头脚本, 与创作其他分镜头脚本有什么不同吗?

答: 在动画电视连续剧中, 剧本阶段是很少用分镜头脚本的。大多数时候, 必须等到创作者、制作者和电视网都通过了剧本, 你才能够开始画分镜头脚本。你的工作, 仅仅是更好地把这个故事表达出来: 考虑如何忠于角色, 如何让关键情节更突出、自然, 如何穿插笑话以使角色的表演很生动有趣。

问: 你认为, 分镜头脚本绘制工作应该由一个人全权负责吗?

答: 是的, 如果允许的话, 这样最好。如果时间紧迫, 或碍于其他原因不能如此, 最好让导演, 或导演身边亲近的设计师为其他设计师画出尽可能多的关键帧草图——特别是在不同章节反复出现的场景——以便保持分镜头脚本从头到尾的视觉连贯性。

问: 为电视节目画分镜头脚本, 应该从哪里着手呢?

答: 我发现, 为电视节目画分镜头脚本, 最好的着手处并非从剧本第一页开始, 然后一页一页往后推进。在任何一个好故事中都有若干关键时刻, 往往是角色或情节的转折点, 这可以明确角色之间的关系, 角色和场景或角色和取景的关系, 以及切换方式等。比如, 从主角第一次遇到对手的场景开始, 如果你还清醒, 几乎可以迫使你找到角色出场的最好方式。忠实地再现那些场景, 特别是预先强调了故事中的解释性片断, 可以在很大程度

上为剩下的章节片断铺好道路，达到所有场景的视觉连贯与平衡。不管什么时候，如果有人看完了分镜头脚本或一个镜头后，想到：“这个镜头太酷了！”，而不是对故事本身感兴趣，那么，这个镜头完全全失败了！

这种方法还可以帮助你找到剧本中的纰漏——即使是最好的剧本也经常会存在残缺或遗漏——然后进行修正。一份好的分镜头脚本会恰如其分地使用构图、切换和节奏，既不会使关键情节很突出，也不会将它们遗漏。换种情况说，对于原剧本中过火的台词或说明，分镜头脚本会进行适当削弱。

问：你倾向于和什么样的分镜头脚本设计师合作呢？

答：无论如何，他应该非常非常擅长讲故事。设计师的绘画基本功必须扎实，能够清楚、准确地画出角色和镜头——但我认为这不是重点，要找画技好的人，很多杰出的制图师都不错，但他们未必会讲故事。我需要画技中等但讲故事一流的人就可以了。

问：你是怎么通过设计师的作品档案评估该设计师的？

答：当我拿到一份作品档案的时候，会像看一部电影那样看他们的分镜头脚本。在这里可以谈谈三点我特别注意的地方：

一、在我看图片说明之前，每一个镜头的意图是否明确。也就是说，我只看能够理解、充分表达了图片本身没有表达的信息

的图片说明。

二、我喜欢富有表达力而没有过度表达的画面——这些画面吸引我，但只会让我关心角色，而不会联想角色背后的设计者。

三、我喜欢简练的线条、干净的画面，因为这一行必须快速地思考与行动。

问：除了绘画方面的才能，一名优秀的分镜头脚本设计师还应该具备哪些素质？

答：第一，一名优秀的分镜头脚本设计师是一个聪明的读者——不管是剧本还是电影。他/她从骨子里就使用电影语言，凭直觉就能嗅到剧本中每一个“热点”，知道哪些时候需要长镜头或特写镜头。

第二，一名优秀的分镜头脚本设计师是一个出色的表演者，他/她知道故事中每一个包袱或冲突转折点的价值，能够以最好、最可信的视觉镜头组将其表现出来；能够读完一段台词，就知道每一个画面或镜头应该容纳几个字才能让人觉得自然而正确；他/她知道什么时候该切镜头，什么时候不该切镜头。

第三，一名优秀的分镜头脚本设计师懂得合理运用时间，知道怎么在有限的时间内，集中精力地对付和计划他/她的工作。也就是说，他/她能够根据分镜头脚本针对对象的不同，策划其中的内容。

第四，至少，一名分镜头脚本应该懂得团队合作，知道如何与客户、制片人和导演进行协调。有时候，分镜头脚本设计师认为好的地方，未必会受到客户、制片人和导演的认同。全身心投入工作，要做就做最好，这也是取得成功的关键品质。正因

为如此，当你的想法与别人发生冲突时，很难做决定，你能否忍痛割爱，放弃一个曾经全身心投入的创意？权衡轻重、适时取舍，这是专业人士应该具备的素质。最理想的状态是你与导演心灵相通，相互信任、互相支持，不管谁的意见占上风，最终采纳了谁的意见，都会最终达成一致，向着共同的目标进发。

如果你具备以上四点素质，并且身处在一个能够赏识你的团队之中，那么，就开始安心创作吧，争取创作出让观众满意，让自己自豪的作品。

电影节

一名优秀的分镜头脚本设计师应该熟悉电影行业的行情。电影节往往能提供碰见小制作公司的制片人和导演的机会。在电影节上，与大工作室的代表人沟通会困难一些，因为他们正忙于向发行商销售电影，无暇寻找分镜头脚本设计师。无论如何，你可以收集他们的名片，留待以后使用。

相比之下，独立制作公司更易于接近，而且，他们通常乐于交朋友。

同时，不要忘记顺便收集电影节宣传单、电影节目单和图片册等，那上面通常包含了制作公司地址和联系人等信息。

下面，我们罗列出一年之内全球主要电影节：

一月/二月

INTERNATIONAL FILMFESTSPIELE BERLIN

www.berlinale.de
Berlin, Germany
E-mail: info@berlinale.de

SUNDANCE FILM FESTIVAL

www.sundance.org
Park City, Utah
E-mail: institute@sundance.org

FUTURE FILM FESTIVAL

www.futurefilmfestival.org
Bologna, Italy
E-mail: fffinfo@futurefilmfestival.org

KIDFILM FESTIVAL

www.usafilmfestival.com
Dallas, Texas
E-mail: usafilmfestival@aol.com

TRIESTE FILM FESTIVAL

www.triestefilmfestival.it
Trieste, Italy
E-mail: info@alpeadriacinema.it

PREMIERS PLANS— FESTIVAL D'ANGERS

www.premiersplans.org
Angers, France
E-mail: angers@premiersplans.org

INTERNATIONAL FILM FESTIVAL—ROTTERDAM

www.filmfestivalrotterdam.com
Rotterdam, Netherlands
E-mail: tiger@filmfestivalrotterdam.com

FESTIVAL INTERNATIONAL DU COURT METRAGE— CLERMONT-FERRAND

www.clermont-filmfest.com
Clermont-Ferrand, France
E-mail: info@clermont-filmfest.com

GOTEBORG INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

www.goteborg.filmfestival.org
Gothenburg, Sweden
E-mail: info@filmfestival.org

FANTASTIC ARTS— FESTIVAL DU FILM FANTASTIQUE GERARDMER

www.gerardmer-fantasticart.com
Gérardmer, France
E-mail: info@gerardmer-fantasticart.com

ANIMATED EXETER

www.animatedexeter.co.uk
Exeter, U.K
E-mail: animatedexeter@exeter.gov.uk

ANIMA

www.awn.com/folioscope
Brussels, Belgium
E-mail: info@folioscope.be

FANTASPORTO— FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA DO PORTO

www.fantasporto.online.pt
Oporto, Portugal
E-mail: info@fantasporto.online.pt

三月

ALBA INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

www.albafilmfestival.com
Alba, Italy
E-mail: info@albafilmfestival.com

N.I.C.E.

www.nicefestival.org
Amsterdam, Netherlands
St. Petersburg/Moscow, Russia
E-mail: info@nicefestival.org

TAMPERE INTERNATIONAL SHORT FILM FESTIVAL

www.tamperefilmfestival.fi
Tampere, Finland
E-mail: office@tamperefilmfestival.fi

F.I.F.A.— FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM SUR L'ART

www.artfifa.com
Montréal, Canada
E-mail: info@artfifa.com

FESTIVAL INTERNATIONAL DE FILMS DE FEMMES

www.filmsdefemmes.com
Créteil, France
E-mail: filmsfemmes@wanadoo.fr

BRUSSELS INTERNATIONAL FESTIVAL OF FANTASTIC FILM

www.biff.org
Brussels, Belgium
E-mail: peymey@biff.org

BERGAMO FILM MEETING

www.bergamofilmmeeting.it
Bergamo, Italy
E-mail: info@bergamofilmmeeting.it

SEATTLE JEWISH FILM FESTIVAL

www.ajcseattle.org
Seattle, Washington
E-mail: seattle@ajc.org

FESTIVAL INTERNATIONAL DE FILMS DE FRIBOURG

www.fiff.ch
Fribourg, Switzerland
E-mail: info@fiff.ch

FESTIVAL DU CINEMA NORDIQUE

www.festival-cinema-nordique.asso.fr
Rouen, France
E-mail: festival.cinema.nordique@wanadoo.fr

SAN FRANCISCO INTERNATIONAL ASIAN- AMERICAN FILM FESTIVAL

www.naatanet.org/festival
San Francisco, California
E-mail: festival@naatanet.org

FESTIVAL DEL CINEMA AFRICANO, D'ASIA E AMERICA LATINA

www.festivalcinemaafriano.org
Milan, Italy
E-mail: festival@coeweb.org

FESTIVAL INTERNATIONAL DES ECOLES DE CINEMA

www.rihl.org
Poitiers, France
E-mail: festival.rihl@letheatre-poitiers.com

ANN ARBOR FILM FESTIVAL

www.aafilmfest.org
Ann Arbor, Michigan
E-mail: info@aafilmfest.org

四月

SAMSUNG KOREA FILM FEST

www.koreafilmmfest.com

Florence, Italy

E-mail: info@koreafilmmfest.com

PANAFRICANA—LE MILLE AFRICHE DEL CINEMA

www.panafricana.it

Rome, Italy

E-mail: panafricana@gmail.com

FESTIVAL DU FILM POLICIER DE COGNAC

www.festival.cognac.fr

Cognac, France

E-mail: sbataille@le-public-systeme.fr

SINGAPORE INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

www.filmfest.org.sg

Singapore, Singapore

E-mail: filmfest@pacific.net.sg

EUROPACINEMA

www.europacinema.it

Viareggio, Italy

E-mail: evspett@tin.it

USA FILM FESTIVAL

www.usafilmmfestival.com

Dallas, Texas

E-mail: usafilmmfestival@aol.com

SAN FRANCISCO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

www.sffs.org

San Francisco, California

E-mail: frontdesk@sffs.org

FAR EAST FILM

www.fareastfilm.com

Udine, Italy

E-mail: fareastfilm@cecudine.org

MINNEAPOLIS—ST. PAUL INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

www.mnfilmarts.org

Minneapolis, Minnesota

E-mail: info@mnfilmarts.org

VISIONS DU REEL—FESTIVAL INTERNATIONAL DE CINEMA

www.visionsdureel.ch

Nyon, Switzerland

E-mail: docnyon@visionsdureel.ch

CORTOONS

www.cortoons.it

Rome, Italy

E-mail: info@cortoons.it

LINEA D'OMBRA—SALERNO FILM FESTIVAL

www.shadowline.it

Salerno, Italy

E-mail: info@shadowline.it

TRENTO FILM FESTIVAL

www.trentofestival.it

Trento, Italy

E-mail: mail@trentofestival.it

五月

MAGGIO ITALIANO—CINEMA D'AUTORE

www.maggiofesteggiante.it

Teramo, Italy

E-mail: spaziote@spaziote@tin.it

INTERNATIONALES DOKUMENTAR FILMFESTIVAL MUNCHEN

www.dokfest-muenchen.de

Munich, Germany

E-mail: info@dokfest-muenchen.de

B.F.B—BOOK FILM BRIDGE

http://bfb.fieralibro.it

Torino, Italy

E-mail: bfb@fieralibro.it

INTERNATIONALE KURZFILMTAGE OBERHAUSEN

www.kurzfilmtage.de

Oberhausen, Germany

E-mail: info@kurzfilmtage.de

BLACK INTERNATIONAL CINEMA (BERLIN)

www.black-international-cinema.com

Berlin, Germany

E-mail: bicdance@aol.com

TORONTO JEWISH FILM FESTIVAL

www.tjff.com

Toronto, Canada

E-mail: tjff@tjff.ca

FESTIVAL DE CANNES

www.festival-cannes.org

Cannes, France

E-mail: festival@festival-cannes.org

YORKTON SHORT FILM & VIDEO FESTIVAL

www.yorktonshortfilm.org

Yorkton, Canada

E-mail: director@yorktonshortfilm.org

S.I.F.F—SEATTLE INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

www.seattlefilm.org

Seattle, Washington

E-mail: info@seattlefilm.org

MOUNTAINFILM IN TELLURIDE

www.mountainfilm.org

Telluride, Colorado

mountainfilm.org

INTERNATIONAL FILM FESTIVAL FOR CHILDREN AND YOUTH

www.zlinfest.cz

Zlin, Czech Republic

E-mail: festival@zlinfest.cz

KRAKOW FILM FESTIVAL

www.cracowfilmfestival.pl

Krakow, Poland

E-mail: festiwal@apollofilm.pl

六月

MOSTRA INTERNATIONAL FESTIVAL OF NEW CINEMA

www.pesarofilmfest.it

Pesaro, Italy

E-mail: info@pesarofilmfest.it

PALM SPRINGS FILM NOIR FESTIVAL

www.palmspringsfilmnoir.com

Palm Springs, California

E-mail: kittyteeth@aol.com

ARCIPELAGO

www.arcipegofilmfestival.org

Rome, Italy

E-mail: info@arcipegofilmfestival.org

FESTROIA INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

www.festroia.pt

Setúbal, Portugal

E-mail: geral@festroia.pt

NAPOLI FILM FESTIVAL

www.napolifilmfestival.com

Naples, Italy

E-mail: segreteria@napolifilmfestival.com

INTERNATIONAL ANIMATED FILM FESTIVAL

www.annecy.org

Annecy, France

E-mail: info@annecy.org

NEWPORT INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

www.newportfilmfestival.com

Newport, Rhode Island

E-mail: info@newportfilmfestival.com

SYDNEY FILM FESTIVAL

www.sydneyfilmfestival.org

Sydney, Australia

E-mail: info@sydneyfilmfestival.org

MIDNIGHT SUN FILM FESTIVAL

www.msfilmmfestival.fi

Sodankylä, Finland

E-mail: office@msfilmmfestival.fi

NEW YORK ASIAN FILM FESTIVAL

www.subwaycinema.com

New York, New York

E-mail: info@subwaycinema.com

ART FILM FESTIVAL
www.artfilm.sk
Trencianske Teplice,
Slovakia
Trencin, Slovakia
E-mail: artfilm@artfilm.sk

GENOVA FILM FESTIVAL
www.genovafilmfestival.it
Genova, Italy
E-mail: segreteria@
genovafilmfestival.it

七月/八月
**GALLIO FESTIVAL OF
ITALIAN CINEMA**
www.cineghel.it
Gallio, Italy
E-mail: info@cineghel.it

UMBRIA FILM FESTIVAL
www.umbriafilmfestival.
com
Montone, Italy
E-mail: info@
umbriafilmfestival.com

IL CINEMA RITROVATO
www.cinetecadibologna.it
Bologna, Italy
E-mail:
cinetecamanifestazioni1@
comune.bologna.it

LE VIE DEL CINEMA
Terni, Italy
E-mail: leviedelcinema@
comune.narni.tr.it

**JERUSALEM FILM
FESTIVAL**
www.jff.org.il
Jerusalem, Israel
E-mail: daniel@jff.org.il

**AUCKLAND
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL**
www.nzff.co.nz
Auckland, New Zealand
E-mail: festival@nzff.co.nz

FILMFEST MUNCHEN
www.filmfest-muenchen.de
Munich, Germany
E-mail: info@filmfest-
muenchen.de

**MELBOURNE
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL**
www.melbournefilmfestival.
com.au
Melbourne, Australia
E-mail: miff@
melbournefilmfestival.com.
au

**LOCARNO
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL**
www.pardo.ch
Locarno, Switzerland
E-mail: info@pardo.ch

**EDINBURGH
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL**
www.edfilmfest.org.uk
Edinburgh, Scotland
E-mail: info@
edfilmfest.org.uk

九月
VENICE FILM FESTIVAL
www.labiennale.org
Venice, Italy
E-mail: cinema@
labiennale.org

**DEAUVILLE AMERICAN
FILM FESTIVAL**
www.festival-deauville.com
Deauville, France
E-mail: jlasserre@
le-public-systeme.fr

**TORONTO
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL**
www.bell.ca/filmfest/
Toronto, Canada
E-mail: tiff@tiffg.ca

MILAN FILM FESTIVAL
www.milanofilmfestival.it
Milan, Italy
E-mail: info@
milanofilmfestival.it

**OTTAWA
INTERNATIONAL
ANIMATION FESTIVAL**
www.awn.com/ottawa
Ottawa, Canada
E-mail: info@
animationfestival.ca

**FANTASTISK FILM
FESTIVAL**
www.fff.se
Lund-Malmö, Sweden
E-mail: info@fff.se

**DONASTIA—SAN
SEBASTIAN
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL**
www.sansebastianfestival.
com
San Sebastian, Spain
E-mail: ssiff@
sansebastianfestival.com

**COPENHAGEN
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL**
www.
copenhagenfilmfestival.
com
Copenhagen, Denmark
E-mail: info@
copenhagenfilmfestival.
com

PRIX ITALIA
www.prixitalia.rai.it
Venice, Italy
E-mail: prixitalia@rai.it

**NETHERLANDS FILM
FESTIVAL**
www.filmfestival.nl
Utrecht, Netherlands
E-mail: info@filmfestival.nl

**VANCOUVER
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL**
www.viff.org
Vancouver, Canada
E-mail: viff@viff.org

**NAMUR INTERNATIONAL
FRANCOPHONE FILM
FESTIVAL**
www.fiff.be
Namur, Belgium
E-mail: info@fiff.be

十月
ROME FILM FESTIVAL
www.romacinemafest.org
Rome, Italy
E-mail: info@
romacinemafest.org

**PORDENONE SILENT
FILM FESTIVAL**
www.cinetecadelfriuli.org/
gcm
Socile, Italy
E-mail: info.gcm@
cinetecadelfriuli.org

**HAMBURG FILM
FESTIVAL**
www.filmfesthamburg.de
Hamburg, Germany
E-mail: info@
filmfesthamburg.de

FRANCE CINEMA
www.francecinema.it
Florence, Italy
E-mail: france.cinema@
dada.it

**FILMS FROM THE
SOUTH**
www.filmfrasor.no
Oslo, Norway
E-mail: info@filmfrasor.no

**CHICAGO
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL**
www.chicagofilmfestival.
com
Chicago, Illinois
E-mail: info@
chicagofilmfestival.com

**WARSAW
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL**
www.wff.pl
Warsaw, Poland
E-mail: kontakty@wff.pl

**INTERNATIONAL
FESTIVAL OF CINEMA
AND RELIGION**

www.religionfilm.com

Trento, Italy

E-mail: segreteria@
religionfilm.com

**INTERNATIONAL
FESTIVAL OF CINEMA
AND TELEVISION**

www.eurovisioni.it

Rome, Italy

E-mail: eurovisioni2@
tiscali.it

**FESTIVAL OF LATIN
AMERICAN CINEMA**

www.cinelatinotrieste.org

Trieste, Italy

E-mail: festivalatino@
gmail.com

CINEKID

www.cinekid.nl

Amsterdam, Netherlands

E-mail: info@cinekid.nl

**MEDITERRANEAN FILM
FESTIVAL**

www.
mediterraneofilmfestival.
com

Cagliari, Italy

E-mail: umanitaria.
carbonia@tiscali.it

**INTERNATIONAL LEIPZIG
FESTIVAL FOR
DOCUMENTARY AND
ANIMATED FILM**

www.dokfestival-leipzig.de

Leipzig, Germany

E-mail: info@dok-leipzig.de

十一月

TORINO FILM FESTIVAL

www.torinofilmfest.org

Torino, Italy

E-mail: info@torinofilmfest.
org

**SULMONACINEMA FILM
FESTIVAL**

www.sulmonacinema.it

Sulmona, Italy

E-mail: info@
sulmonacinema.it

MEDFILM FESTIVAL

www.medfilmfestival.org

Rome, Italy

E-mail: info@
medfilmfestival.org

N.I.C.E. USA

www.nicefestival.org

New York/San Francisco,

E-mail: info@nicefestival.
org

**LATIN AMERICAN FILM
FESTIVAL**

www.
latinamericanfilmfestival.
com

London, U.K

E-mail: info@
latinamericanfestival.com

**AMIENS INTERNATIONAL
FILM FESTIVAL**

www.filmfestamiens.org

Amiens, France

E-mail: contact@
filmfestamiens.org

**INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL MANNHEIM-
HEIDELBERG**

www.mannheim-filmfestival.
com/en/homepage/

Mannheim/Heidelberg,
Germany

E-mail: ifmh@mannheim-
filmfestival.com

TOKYO FILMEX

www.filmex.net

Tokyo, Japan

E-mail: info@filmex.net

**SALERNO
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL**

www.cinefestivalsalerno.it

Salerno, Italy

E-mail:
cinefestivalsalerno@yahoo.
it

OFFICINEMA

www.cinetecadibologna.it

Bologna, Italy

E-mail:
cinetecamanifestazioni1@
comune.bologna.it

**TALLINN BLACK NIGHTS
FILM FESTIVAL**

www.poff.ee

Tallinn, Estonia

E-mail: poff@poff.ee

**CAMERIMAGE—
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL OF THE ART OF
CINEMATOGRAPHY**

www.camerimage.pl

Lodz, Poland

E-mail: office@
camerimage.pl

十二月

**DESERT NIGHTS: TALES
FROM THE DESERT**

www.desertnightsfestival.
org

Rome, Italy

E-mail: info@
desertnightsfestival.org

**COURMAYEUR NOIR IN
FESTIVAL**

www.noirfest.com

Courmayeur, Italy

E-mail: noir@noirfest.com

FESTIVAL DEI POPOLI

www.festivaldeipopoli.org

Florence, Italy

E-mail: festivaldeipopoli@
festivaldeipopoli.191.it

**INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL BRATISLAVA**

www.iffbratislava.sk

Bratislava, Slovakia

E-mail: iffbratislava@ba.
sunnet.sk

**ANCHORAGE
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL**

www.anchoragefilmfestival.
com

Anchorage, Alaska

E-mail: aliza@
anchoragefilmfestival.com

**INTERNATIONAL SHORT
FILM FESTIVAL LEUVEN**

www.shortfilmfestival.org

Leuven, Belgium

E-mail: info@
shortfilmfestival.org

FESTIVAL TOUS COURTS

www.aix-film-festival.com

Aix-en-Provence, France

E-mail: aixfilms@club-
internet.fr

**INTERNATIONAL
FESTIVAL OF LATIN
AMERICAN NEW CINEMA**

www.habanafilmfestival.
com

L'Avana, Cuba

E-mail: festival@festival.
icaic.cu

SANTA FE FILM FESTIVAL

www.santafefilmfestival.
com

Santa Fe, New Mexico

E-mail: info@
santafefilmfestival.com

**KATHMANDU
INTERNATIONAL
MOUNTAIN FILM
FESTIVAL**

www.himalassociation.org/
kimff

Katmandu, Nepal

E-mail: kimff@
himalassociation.org

**CAPRI, HOLLYWOOD—
INTERNATIONAL FILM
FESTIVAL**

www.caprihollywood.com

Capri, Italy

E-mail: caprinelmondo@tin.
it

进一步阅读、观看和学习

进一步阅读

实用艺术类书籍

工作室的书架上，应该多放几本教你如何绘画的书籍，所有这方面的书籍都是有用的。市面上有很多相关书籍可供选择。到当地的艺术用品商店转转，或许会有所收获。下面列举了一部分书籍，虽然不完整，却是一个很好的起点和开端。

Animals In Motion, Eadweard Muybridge
(Dover Publications, 1957)

Bridgman's Life Drawings, George B. Bridgeman (Dover Publications, 1971)

Drawing: You Can Do It!, Greg Albert (North Light Books, 1992)

Dynamic Anatomy, Burne Hogarth (Watson-Guption Publications, 1971)

Keys To Drawing, Bert Dodson (North Light Books, 1985)

The Fantasy Figure Artist's Reference File, Peter Evans (Barron's Educational Series, 2006)

The Human Figure In Motion, Eadweard Muybridge (Dover Publications, 1955)

Perspective For Artists, Rex Cole, (Dover Books, 1971)

实用电影类书籍

这些书籍进一步讲解了电影拍摄流程，以及分镜头脚本的作用。

Every Frame A Rembrandt, Andrew Laszlo (Focal Press, 2000)

Film Directing Shot By Shot: Visualizing From Concept To Screen, Steven D. Katz
(Michael Wiese Productions, 1991)

From Word To Image, Marcie Begleiter
(Michael Wiese Productions, 2001)

Moviemaking Course, Chris Patmore (Barron's Educational Series, 2005)

Setting Up Your Shot, Jeremy Vineyard
(Michael Wiese Productions, 2000)

激发灵感类书籍

下面罗列了一些在我的职业生涯中，曾经激发我灵感的书籍。

haos, Jean "Moebius" Giraud (Marvel Entertainment Group)

Comics And Sequential Art, Will Eisner
(Poorhouse Press, 1985)

Film Architecture—From Metropolis to Blade Runner, Dietrich Neumann (Prestel, 1999)

From Star Wars To Indiana Jones—The Best Of The LucasFilm Archives, Mark Cotta and Shinji Hata (Chronicle Books, 1995)

Hitchcock At Work, Bill Krohn (Phaidon, 2003)

Industrial Light & Magic—The Art Of Special Effects, Thomas G. Smith (Ballantine Books, 1986)

Mythology: The DC Comics Art Of Alex Ross, Alex Ross (Pantheon, 2005)

Norman Rockwell Adventures, Norman Rockwell (Harry N. Abrams, 1995)

Norman Rockwell's America, Christopher Finch (Harry N. Abrams, 1985)

Oblagon—Concepts Of Syd Mead, Minami Hiramatsu, (Oblagon, 1996)

Production Design & Art Direction—Screencraft, Peter Ettedgui (Focal Press, 1999)

The Animator's Survival Kit, Richard Williams (Faber and Faber, 2002)

The Art Of Production Design, Gabriele Lucci (Electa & Accademia dell'Immagine, 2004)

The Art Of Robots, Amid Amidi and William Joyce (Chronicle Books, 2004)

The Art Of Star Wars, Carol Titelman (Ballantine Books, 1979)

The Art Of The Incredibles, Mark Cotta Vaz (Chronicle Books, 2004)

The Bill Sienkiewicz Sketchbook, Bill Sienkiewicz (Fantagraphics Books)

The Movie Posters Of Drew Struzan, Drew Struzan (Running Press, 2004)

The Norman Rockwell Treasury, Thomas S. Buechner (Galahad, 2004)

The Stanley Kubrick Archives, Alison Castle (Taschen, 2005)

Toy Story: The Art And Making Of The Animated Film, John Lasseter, Steve Daly (Disney Editions, 1996)

Walt Disney Magic Moments, (Random House Value Publishing, 1988)

1001 Movies You Must See Before You Die, Steven Jay Schneider (Cassell Illustrated, 2003)

杂志和期刊

我发现，电影和动画杂志上介绍了不少行业内的最新信息，值得一看。

《美国影院摄像师》 *American Cinematographer*

www.ascmag.com

首屈一指的摄像类杂志

《动画杂志》 *Animation Magazine*

www.animationmagazine.net

此月刊发布关于动画制作、评论和事件的新闻。

《电影特技》 *Cinefex*

www.cinefex.com

一年只发行四期，但是对特技的讲解较为详尽。每一期里面都有关于最近放映大片的最新特技细节。

《每日综艺报》 *Daily Variety*

www.dailyvariety.com

每周发行一次，充斥着商业信息。

《帝国》 *Empire*

www.empireonline.com

每月发行一次，关注主流发行电影。

《好莱坞通讯》 *Hollywood Reporter*

www.hollywoodreporter.com

行业内的商业日报。上面有正在制作和后期制作的电影列表，并且罗列了相关工作人员的名单。

《Premiere》

www.premiere.com

全世界新发行电影和DVD的评论与新闻。

《电影总汇》 *Total Film*

www.totalfilm.com

更多新闻和评论。

进一步观看

我买DVD喜欢挑选一些特殊编辑的版本，因为那里常常包含了有趣的文档、分镜头脚本和制作设计花絮等。但是，你不应该仅仅局限于用这些内容建立私人电影资料库。有大量经典的电影，经常被电视、广告、电影行业的制作人挂在嘴边，作为制作的参考。这些应该得以收藏。另外，还有出于其他原因的收藏，有时候仅因为电影中特殊的拍摄或布景风格；有时候则因为其技术手段或叙事手法。一名优秀的分镜头脚本设计师应该广泛地涉猎各种电影，对不同风格的电影都了解熟悉。下面推荐一些我认为经典的片子。

《绳索》 *The Rope* (希区柯克)

《西北偏北》 *North By NorthWest* (希区柯克)

《精神病患者》 *Psycho* (希区柯克)

《迷魂记》 *Vertigo* (希区柯克)

《公民凯恩》 *Citizen Kane* (奥逊·威尔斯)

《M》 (朗格 F.Lang)

《闪灵》 *The Shining* (库布里克)

《2001：太空漫游记》 2001: *A Space Odyssey* (库布里克)

《乱世儿女》 *Barry Lyndon* (库布里克)

《发条橙》 *A Clockwork Orange* (库布里克)

《出租车司机》 *TaxiDriver* (马丁·斯科塞斯)

《愤怒的公牛》 *Raging Bull* (马丁·斯科塞斯)

《教父三部曲》 *The Godfather Trilogy* (弗朗西斯·福特·科波拉)

《现代启示录》 *Apocalypse Now* (弗朗西斯·福特·科波拉)

《妙想天开》 *Brazil* (特里·吉列姆)

《Duels》 (史蒂文·斯皮尔伯格)

《大白鲨》 *Jaws* (史蒂文·斯皮尔伯格)

《黄金三镖客》 *The good, The bad and the ugly* (莱昂)

《星球大战》 *Star War* (卢卡斯)

《甜蜜的人生》 *La Dolce Vita* (费里尼)

《偷自行车的人》 *Ladri di Biciclette* (维托里奥·德·西卡)

《风烛泪》 *Umberto D.* (维托里奥·德·西卡)

《放大》 *Blow up* (安东尼奥尼)

《筋疲力尽》 *Un Bout De Souffle* (让·吕克·戈达尔)

《四百下》 *Les Quatre Cents Coups* (科依斯·特吕弗)

《乱》 *Ran* (黑泽明)

《决斗者》 *The Duellists* (赖德利·斯科特)

《异形》 *Alien* (赖德利·斯科特)

《银翼杀手》 *Blade Runner* (赖德利·斯科特)

如果你有志于投身电影行业，那么我相信这个链接中提到的所有电影都值得一看。

<http://www.imdb.com/chart/top>

网站

现在，网上资源丰富，可以很容易地搜索到你需要的各种资料。创作商业广告时，代理公司通常会提供产品或客户的网站链接。服装、地点、音乐等资料——你想要的，动动手指就能得到，何乐而不为呢？这里有一些有用的资源网站，你可以把它们添加到收藏夹中。

www.awn.com

动画世界网络Animation World Network——浏览公布的工作机会，更新你的简历。

www.deepdiscount.com

在美国销售第一区（区码）DVD的网站。

www.imagebanksearch.com

大量照片资料——各种镜头的照片。

www.imdb.com

网上电影资料库——关于电影方面最完全的信息。

www.mandy.com
电视和电影制作的国际资源。

www.sendit.com
在英国销售第二区DVD的网站。

www.youtube.com
从老广告到音乐电视，这个网站无所不包。

进一步学习

www.storyboardschool.com
适合在家中自学分镜头脚本设计的网站。

美国电影学院 *The American Film Institute*
<http://www.afi.com/>
邮局邮箱：27999/2021
North Western Avenue
美国，加州，洛杉矶
90027

美国加州艺术学院 *California institute of the arts*
<http://www.calarts.edu>
24700 McBean Parkway
Valencia, CA, USA
91355

美国哥伦比亚大学艺术学院 *Columbia University School of the arts*
<http://www.columbia.edu>
New York, NY, USA
10027

北卡罗来纳艺术学院 *The North Carolina school of the arts*
www.ncarts.edu/film
电影制作学院
1533 South Main Street
Winston-Salem, NC, USA
27127-2188

纽约大学 *New York University*
<http://www.nyu.edu/tisch/filmtv.html>
70 Washington Square South
New York, NY, USA
10012

旧金山州立大学 *San Francisco State University*
<http://www.cinema.sfsu.edu>
电影系
1600 Holloway Avenue
San Francisco, CA, USA
94132

加州大学 *University of California*
<http://www.filmtv.ucla.edu>
影视系
102 East Meinitz Building
Box 951622
Los Angeles, CA, USA
90095-1622

德克萨斯大学奥斯汀分校 *University of Texas at Austin*
<http://www.utexas.edu/coc/rf/>
传播学院
广播-电视-电影系
Austin, TX, USA
78712

布里斯托动画学院 *Bristol School of Animation*
<http://www.uwe.ac.uk/amd/bristolanimation>
西英格兰大学
Bower Ashton校区
Kennel Lodge Road
Bristol
BS3 2JT
UK

伦敦电影学院 *London Film Academy*
www.londonfilmacademy.com
The Old Church
52a Walham Grove
London
SW6 1QR
UK

école internationale de création Audiovisuelle et de Réalisation
<http://www.eicar.fr>
50 Avenue du Président Wilson,
Batiment 136-BP 12,
93214 La Plaine Saint-Denis
Paris
France

休斯敦影视与数字媒体学院 *Huston School of Film and Digital Media*
<http://www.filmschool.ie/>
爱尔兰国际大学
University Road
Galway
Ireland

墨尔本大学暑期电影培训班 *Melbourne University's Summer School in Filmmaking*
www.summerfilmschool.com
Parkville校区
墨尔本大学
Victoria 3010
Australia

温哥华影视艺术学校 *Vancouver Film School*
<http://www.vfs.com>
温哥华影视艺术学校行政和招生办公室
2楼
198 West Hastings Street
Vancouver, BC
V6B 1H2
Canada

专业词典

A 动作关联剪辑 *Action match cut*
将两个角度不同，动作相同的镜头连接在一起，使用被摄物的运动作为过渡。

高空镜头 *Aerial shot*

从高空拍摄的镜头，通常有飞机的协助，获得类似鸟眼看世界的透视效果。也叫做航拍或鸟瞰视角。

角度 *Angle*

摄像机显示被摄物体的观点。每一个镜头都可以包括若干种角度，以打破摄像机直直对着被摄物体的单调感。

视角 *Angle of view*

透镜涵盖的视野的尺寸，通常用度来衡量。

动画 *Animation*

通过单个画面或赛璐璐片绘制并拍摄成片断，造成动作的假象。

纵横比 *Aspect ratio*

画面长度和宽度的比例。经典标准为1:1.33，宽屏比例为1:1.85。

运动轴线 *Axis of action*

详见运动线。

B 背景 *Background(BG)*

视野中离摄像机最远的那些元素。

逆光 *Backlighting*

从后面打亮物体。

小高潮 *Beat*

一个场景中较小的戏剧化单元；所谓场景中的场景；是场景内容中方向性的转折。

鸟瞰视角 *Bird's eye view*

详见高空镜头。

蓝屏（有时候是绿屏） *Blue screen (green screen)*

演员首先在蓝屏或绿屏前面表演。通过后

期处理，将屏幕替换成为不同的背景，造成演员置身于那些地方的假象。

桥接镜头 *Bridge shot*

在时间、空间跳跃或其他不连贯镜头之间加入的镜头。

C

摄像角度 *Camera angle*

摄像机相对于被摄物体的位置和方向。

倾斜角度镜头 *Canted angle shot*

不管是向左还是向右倾斜都可以，让画面中的物体看上去好像也倾斜了一样。画面中的水平线与实际地平线其实并不平行。

赛璐璐片动画 *Cel animation*

动画形式的一种，在赛璐璐片上作画，短片叫做cels。通过画与画之间的细微差别造成运动的幻象。

电影摄像学 *Cinematography*

动态画面拍摄的艺术，包括摄像、胶片存储和灯光。

高潮 *Climax*

剧中情节最紧张的时刻，这时候，各方面的矛盾到达顶点，矛盾双方处于身体或情感的最终冲突中。

特写 *Close-up(CU)*

显示被摄物体上较小的部分或细节的镜头。

补充镜头 *Complementary shot*

为与交叉剪辑中一个镜头相对应，故意创作的另外一个镜头

构图 *Composition*

物体、光线和运动的组合，引导观众视线集中在画面某个方向。

覆盖镜头 *Cover shot*

详见主镜头。

摇臂 *Crane*

摇臂是一个安装在轨道车上的机械手，可以将摄像机绑定在上面，可以上下移动。使用摇臂可以创造出多样化运动方式，比如边摇动边轨道移动。摇臂通常由一个或多个摄像师操作。

摇臂镜头 *Crane shot*

用摇臂拍摄的镜头。一般说来，这种镜头用来展现场景的高空鸟瞰图。

交叉剪辑 *Crosscutting*

将两个独立的片断或场景的展开过程剪辑在一起，显示它们之间的平行关系。

交叉溶解 *Cross dissolve*

一个场景或镜头淡出，另一个场景淡入的过渡方式。

剪辑 *Cut*

一个镜头与另一个镜头的过渡或变化。

切出 *Cutaway*

在主戏中突然加入一个内容相关但非主要动作的镜头，让观众注意力从主要动作中抽出来，为即将到来的改变埋下伏笔或提供线索。

D

深焦摄像 *Deep focus*

摄像技术的一种。电影构图中，寻求大景深的摄影方法。

在深焦摄影中，最前景及背景中最深远的部分，都能够清晰入焦。

景深 *Depth of field*

摄相镜头与聚焦被摄体之间的距离。

细节镜头 *Detail shot*

比特写更近、高度放大的镜头，用来显示整个物体的一个碎片或整个尺寸中很小的一部分。

远景镜头 *Distant shot*

也叫做远拍，从非常远的距离拍摄动作和场景。

专业词典

移动式摄影车Dolly

承载摄像机和摄像人，安放在可操控轮子上的低矮平台，能够向任何方向移动。

移动镜头Dolly shot

用移动车拍摄的镜头。

动态构图Dynamic composition

在运动镜头中发生变化的画面构图。

E

编辑Editing

安排场景中各个镜头、片段，以及最终变成电影的过程。

定场镜头Establishing shot(ES)

影片一开始，或一场戏的开头，用来明确交待地点的镜头，通常是一种视野宽阔的远景。

外景Exterior(EXT.)

在户外的场景。

大特写Extreme close-up(ECU)

分割出物体某个细节的镜头，比如脸上的眼睛。

大远景Extreme long shot(ELS)

从很远的距离拍摄辽阔场景的镜头。

水平镜头Eye-level shot

将摄像机放置在接近视平线的位置，仿佛你不是一个机器操作者，而是电影中的一员。这样的镜头将观众也放入到电影一员的角色中去。

视线连戏Eyeline match

遵守运动轴线规律的拍摄方式。在第一个镜头显示一个人望向一个方向，在第二个镜头显示他/她所观望的地方。如果那个人望向左边，接下来的镜头相对应的，应该是显示刚才观看者（画外）在右边。

F

淡入淡出Fade

画面逐渐出现或逐渐消失。从黑色或白色画面中出现的图像是淡入，从黑色或白色画面中消失的图像是淡出。

最后剪辑Final cut

电影的最终版本。最终剪辑意味着电影制作人或制片人最后认可之后，电影将不再做改动。

鱼眼透镜Fisheye lens

争取获得最大视野的镜头。

闪回Flashback

暂时打破目前时间的连贯性，退回到以前的场景或片断。

航拍Fly over

详见高空镜头。

焦点转变Focus pull

详见变焦效果。

跟随镜头Follow shot

跟踪镜头，通过摇或缩小等动作来跟随物体的运动。

前景Foreground(FG)

视野中离摄像机最近的那些元素。

帧Frame

单个电影画面。电影中1秒包含24帧。

全景（也叫做全身景）Full shot

长镜头的一种，画面中包含了人物全身，基本上头部在顶部的位置，脚部在底部的位置。

G

类型 Genre

这是一个法语词汇，意思是某一题材或种类。指具有相同特征（比如情节、主题或风格等）的一组电影。

H

手持镜头Hand-held shot

拍摄者手里拿着摄像机进行拍摄，通常为了追求摇摆或不稳定的效果。在调查报道和纪录片风格的电影中尤为常用。

头顶空间Headroom

构图时在头部以上留下的空间。

高角度镜头High angle(HA)

从物体上部，通常是顶部进行拍摄的镜头。

I

插入镜头Insert shot

特别是特写镜头，展示场景中的重要细节。

交错剪辑Inter-cut

在不同场景之间来回的编辑技术。请参考交叉剪辑。

内景Interior(INT.)

拍摄室内的场景。

J

跳接镜头Jump cut

有意识地将两个以上的镜头不按照时间顺序连接起来。在特定情况下，跳接镜头是约定俗成的压缩时间的方式。而在MTV和广告的新趋势中，断奏跳接镜头纯粹为了追求节奏效果。

并置Juxtaposition

将两个物体或画面放置为相邻或连续，以建立它们之间的联系。

L

加框（上下加黑边）

Letterboxing

电影、电视等的4:3宽银幕模式，在屏幕上面和下面有两条黑边。

灯光Lighting

在电影画面中布置光影的艺术。

运动线 *Line of action*

为了确保编辑的连贯性, 避免观众丧失判断和方向感, 将摄像机与面前运动分割开来的一条假想线。理论上说摄像机不应该超越这条线。运动线也叫做运动轴线。

远景 *Long shot(LS)*

从远距离拍摄物体的镜头。

长镜头 *Long take*

持续时间较长的镜头。

松散取景 *Loose*

指镜头的构图。松散取景在元素周围提供了大量空间。

低角度镜头 *Low angle(LA)*

从下面拍摄物体, 摄像机向上倾斜, 感觉就好像仰视着被摄物。

低调照明 *Low-key lighting*

照明方式的一种, 使用较多阴影和较低度照明, 形成半暗或全暗的效果。

M 主流 *Mainstream*

好莱坞类型电影, 主要针对大众, 聘请大明星、进行大制作、投入大费用、展开大宣传。

交待镜头(主镜头) *Master shot*

主镜头在画面中显示了场景中的所有组件——角色和动作发生的环境。通过主镜头, 能够清楚地看到场景中所有物体的关系, 即使没有其他镜头, 也能了解整个戏剧性活动。

关联镜头 *Match shot*

通过两个场景中相同、相似、相关的元素实现镜头转换。

抠像合成镜头 *Matte shot*

特效的一种, 电影画面的某部分为绘制或数码制作, 通过后期制作与真人表演结合在一起。

中特写 *Medium close-up(MCU)*

包括人物上躯干和头部的镜头。

中远景 *Medium long shot(MLS)*

被摄物体或主要物体充斥了整个画面, 也叫做四分之三镜头。

中景 *Medium shot(MS)*

包含人物腰部以上部位的镜头。

布景 *Mise-en-scene*

画面中的元素, 包括灯光、运动、场景和服装。

模拟纪录片 *Mockumentary*

以记录片形式制作, 意在显得真实, 但含有虚构成分的电影。

蒙太奇 *Montage*

通常没有对白, 将一些短镜头编辑在一块, 来营造某种特定情绪效果或强调时间的流逝。

基调 *Motif*

以特定形式, 在影片中一而再再而三出现的一个画面、物体、话语或修辞手段。每重复一次都获得重视。

移动镜头 *Moving shot*

摄像机跟随运动元素移动的镜头。

N**叙事** *Narrative*

电影中的故事情节。

正常透镜 *Normal lens*

能够最大程度还原眼睛正常所见的透镜。

O**全知镜头** *Omniscient point of view*

叙事者知道故事中发生的所有事情(包括角色的想法、谈话和发生的事件)的视点。

180° 准则(轴线规律) *180 degree rule*

拍摄方式的一种, 规定摄像机必须呆在运

动轴线的一边, 而动作发生在轴线的另一边。这种拍摄方式有利于播放同一个场景的不同镜头时, 减少混淆观众的可能性。

画外音 *Off camera(OC)*

来自于画面之外但依然可识别发生在同一个叙事空间的声音, 也叫做屏外音。

开放形态 *Open forms*

主要为现实主义电影导演使用, 将技术手段置于微不足道、不易察觉的地位, 主要强调信息和明显不加组织的设计。除了因为镜头切掉了部分动作, 临时遮盖了部分内容, 电影中的画面就是在照搬生活。

叠加 *Overlap*

在声音方面, 是指将台词或音乐从一个场景延续到另一个场景。

过肩镜头 *Over-the-shoulder shot(OTS)*

能够看到面向我们的主体, 以及最前景中作为取景工具的另一个主体的肩膀和头后部的镜头。

P 产品展示镜头 *Pack shot*

展示广告产品的镜头。通常, 客户在他们制作的每一条广告中使用相同的产品展示镜头。

摇摄 *Pan*

摄像机沿着垂直轴线, 从左向右, 或从右向左转动。

平行剪辑 *Parallel editing*

一种将两个发生在不同地点, 还有可能发生在不同时间的片断连接起来的剪辑方式。

情节 *Plot*

构成故事叙事的一系列事件。

观点/主观 *Point of view(POV)*

讲述故事的角度。

观点镜头 *Point of view shot*

专业词典

展现角色所见的镜头。

实际照明 *Practical lighting*

模拟实际生活场景中照明状况的照明方式。

制作 *Production*

这是一个涵盖性术语，既可指拍摄过程，又可指从事电影中主要拍摄任务的团队。也可指整个电影项目。

前进 *Progression*

戏剧冲突的传统后续情节表示方式。越来越近的摄像角度代表了摄像机的前进。

道具 *Protagonist*

一般叫做Prop，指演员接触或场景中使用过的任何物品。

后退镜头 *Pull-back shot*

开始于某个元素的特写，然后慢慢向后加宽，包含更多元素周围的区域的移动镜头或收缩效果。

R 变焦效果 *Rack focus*

在同一个镜头内，将焦点从一个角色或元素转移到另一个上。也叫做焦点转变。

反应镜头 *Reaction shot*

在对话场景中，一个角色正在听，而另一个角色只出现画外音的镜头。大部分是特写镜头。

写实主义 *Realism*

尽可能接近现实、体现真实的电影运动。

背投 *Rear projection*

将前景中的动作和更早拍摄的背景结合在一起的一种技术。真人动作前景是在工作室中拍摄的，演员背对着一块从后面投射画面的屏幕。

重演 *Reenactment*

尽可能真实地重新创造真实事件的制作。

再定场镜头 *Re-establishing shot*

在片断末尾处重复定场镜头的镜头。

换框法 *Reframing*

通过摄像机的短暂摇摄或倾斜移动，将角色保持在屏幕中或画面中心。

陈述 *Representation*

电影想描述什么，比如种群问题。

转轨 *Retracking*

沿着同一个镜头或以前镜头相同场景使用过的轨迹的相反方向运动。通常移动车都是在轨道上移动的。

反转角度 *Reverse angle*

将先前镜头接近180°反转进行拍摄的镜头。

后续事件 *Rising action*

包括纠葛、上升冲突在内为高潮做铺垫的情节发展。

节奏 *Rhythm*

在视觉构成中，指画面让人愉悦地重复。在戏剧中，指为了营造递进的冲突效果，语句、动作或音乐主题的重复。

粗剪 *Rough cut*

描述了故事情节但是没有最终完成剪辑的早期电影作品。

S 场景 *Scene*

一个镜头或若干个由地点和事件连接在一起的镜头。

屏幕方向 *Screen direction*

在主镜头中确立的从右到左的关系，以画面中角色和物体的位置、运动方向和角色的视线加以明确。连贯剪辑意图保持镜头与镜头之间屏幕方向的一致性。

详见运动轴线、视线连戏、180°准则。

片断 *Sequence*

根据时间、地点、动作串联起来的一系列镜头，构成独立叙事单元，有特定的开头、中间和结尾。

配置 *Setup*

选择一定的摄像角度、镜头尺寸和摄像机摆设。通常用镜头中演员的数量加以描述。比如双人镜头、过肩镜头和特写镜头都是典型的配置。

背景/环境 *Setting*

电影情节发生的时间和地点。

浅焦点 *Shallow focus*

聚焦画面的一小部分，剩余部分都是模糊的。

镜头 *Shot*

摄像机一段没有断开的拍摄。

拍摄剧本 *Shooting script*

最后确定的剧本。

单人镜头 *Single*

画面中只有一个角色的镜头。

慢镜头 *Slow motion*

以比平时更快的速度在摄像机中曝光画面，然后以正常速度播放连续镜头（每秒钟24帧），达到慢速运动的效果。

特殊效果 *Special effect (F/X)*

电影中不同摄像和数码制作方式的统称，比如重叠、抠像和背投。

分画面 *Split screen*

屏幕上同时出现两个以上场景。

静态摄像 *Static camera*

任何摄像机保持不动的镜头。

稳机 *Steadicam*

由电影人盖瑞特·布朗发明（由摄像产品公司改进），这种机器可以让手持拍

摄的画面达到轨道拍摄画面的稳定性。护甲将摄像机的重量分配到摄像人的臀部上；装载了弹簧的扶手最大限度减少了摄像机的运动；影像监视器将摄像人从接目镜中解放出来。

风格Style

导演对待素材的个人方式，包括摄像机的摆设和运动、剧本元素和音乐等。

分镜头脚本Storyboard

用一系列画面展示电影或场景拍摄以后的样子。

主观摄像Subjective camera

展现场景中角色视角的技术手段。可参考观点。

主观镜头Subjective point of view

一种有限的视点，叙事者对故事中的某些事情并不知情。

重叠Superimposition

在同一个电影胶片条中包含了两个以上画面。

快速追镜Swish pan

中间镜头快速在眼前一闪而过，几乎看不清内容的摇镜，人眼基本上无法察觉镜头从一个物体移动到另一个物体，只是心理上的感觉，也叫做whip pan或zip pan。

T Take

一个镜头的完整记录。

头部画面的对话镜头Talking heads

讲话人物的中景。在这种镜头中很少有动作发生。

摄远透镜Telephoto lens

类似于望远镜的透镜。通常用于拍摄赛事、新闻和纪录片。

证词Testimony

事件目击证人或当事人发表的陈词。

主题Theme

电影中通过角色、动作和画面表达的明显意思。

四分之三镜头Three-quarters shot

显示角色膝盖以上部位的镜头。

三人镜头Three shot

包含了三个人的中景镜头。

紧凑取景Tight framing

通常是特写镜头。布景安排得如此小心谨慎，如此平衡和和谐，以至于拍摄的物体只有很少或没有移动的自由。

倾斜Tilt

摄像机向上或向下摇动。

时间安排Timing

对主观和客观时间的控制。

轨道镜头Tracking shot

摄像机放置在带轮子的平台上移动拍摄的镜头。

游历镜头Travelling shot

任何需要摄像机从一个地方移动到另一个地方拍摄的镜头。摇臂镜头、轨道镜头都是游历镜头。但是摇摄镜头不属于游历镜头，因为摄像机仍然停留在一个地方。

双人镜头Two shot

包含两个人的中景镜头。

U

底光Underlighting

从场景中角色的下面某个点照明。

V

视觉化Visualization

对于某个事件在头脑中浮现出来的单个镜头的画面。也叫做

概念化。

W

Whip pan

详见快速追镜。

宽角度镜头Wide-angle

lens

一种能够夸张电影画面中前景和背景差异的透镜。前景中的物体不合比例地变大，背景中的物体不合比例地缩小。

宽屏幕Widescreen

任何比经典标准1.33:1更大的横纵比。最常见的宽屏横纵比是1.85:1。

滑像Wipe

用新场景将前一个场景推出画面的视觉效果。

Z

Zip pan

详见快速追镜。

放大缩小Zoom

一种增加或减少画面中物体比例的视觉效果。通过改变透镜的焦距而不是移动摄像机来达到这个效果。

索引

A

action:

- frame showing 130, 131
- framing expressions 109
- line of 96–97
- sequences 12

Adobe Premiere program 88–91

advertising 6

- client boards 82
- design 150–151
- portfolio for 171
- shooting boards for 17
- sketch 81

- storyboards for 16–17
- time restrictions 126

animatics 25, 86–91

- adding color 87
- for animation 86
- for commercials 86, 87
- computer composition 88–91
- for feature films 88–91

animation:

- animatics for 86
- background sketches 158
- composition 120
- continuity in 117
- portfolio for 170, 171
- storyboards for 24–27, 158
- style 50
- techniques 26
- working with 158–159

animation whip-pan 112

architectural presentations 30–31

archive system 36

Arnaud, Jean-Jacques 21

arrows: illustrating movement 95

art buyers 149

art directors 149

art projectors 75

atmosphere: creating 72

attitude 168–169

axis (line) of action 96–97

B

balance 121

books: reference 174

Brown, Garrett 110

budget 12, 126, 132

bulletin board 174

C

camera 43, 175

notation 110–115

camera angles 95, 98–105

bird's eye view (top shot) 101, 102

canted 98

close-up 105

combining shots 101

ground 105

high-angle 99, 105

long 104

low-angle 99–100

mid 105

response to top shot 102

static camera 103

tight over-the-shoulder 105

top shots (bird's eye view) 101, 102

tracking shots 100

traveling shot 100

wide 105

worm's eye view 103

camera movement 95, 110–115

capabilities: assessing 168

cartoons:

- characters 160
- establishing shots 106

casting 126

mood board 129

characters: sketching 29

Chéreau, Patrice 19

client boards 14, 82–83, 160

checklist 83

clients:

- portfolio for 170
- potential 167
- web-site log-in 173

close-up 105, 108

preceding flashbacks 119

color:

- adding to animatics 87
- for digital effects 85
- in advertising 81
- in mood boards 129
- use of 17, 21, 23, 72

color markers 40

comic conventions 47

comics: styles: in different countries 51

commercials:

- animatics for 86, 87
- checklist 153
- clichés 139
- drawings for 138–139
- print 80
- shooting boards 15, 85
- sketches for 83

television:

- client boards for 82
- shooting boards for 84
- working on 152–153
- working with director 137

composition 46, 95, 120–121

balancing 58

in-camera 59

computer animators 148

computer games 28–29

computers 42

adding color on 83, 87

animatic composition on 88–89

making adjustments on 142

saving layer files 83, 87

saving work 88

viewing animatics on 86

working on 165

conceptual art 80

working on 156–157

conclusion: frame showing 130, 131

confidence: gaining 74–77

contacts: making 167

continuity 25, 46, 116–119

- lack of 161

copying:

- from artists 74
- from photos 57, 67, 74

copywriters 149

corrections: making 40

costing 23

costumes 133

crane 111

crane shot 111

cross fade 113

cross-hatching 72

CU see close-up

cut to 119

cutaway shot 114

cuts 113–115

wrong number 161

D

deadlines 36, 169

details:

- inventing 121
- use of 72

digital effects: color indicating 85

digital equipment 42–43

director 149

meetings with 118, 136

viewfinder 59

working with 134–137, 140–141

working without 132

director of photography (DoP) 148

Disney Studios 8

distance: impression of 69

documentary style shots 103

dolly 111

dolly zoom (vertigo) 111

doubling up 56

drafts 134–135

for commercial 152–153

drawing 45–77

ability 34

styles 48–53

drawing materials 38–41

drawing pads 42

dress 168

Dutch shot 98

DVD: transferring animatics to 86

E

e-mails: sending animatics as 86

elements: visualizing 116

ending scenes 118–119

equipment:

- digital 31–32
- drawing 38–41
- workspace 37

establishing shots 106, 130, 131

eye level 121

F

F/X (effects) 133

faces: studying 66

fade-outs 118–119

fees: payment 18

- female figure 60–61
 figures: drawing 60–67
 filing systems 165
 film festivals 178–181
 film industry: portfolio for 170
 films 6
 budget 6
 composition 120
 cuts 94
 documentary style shots 103
 feature films:
 animatics for 88–91
 budget 126
 checklist 155
 research material 126
 storyboards 82–83
 working on 154–155
 filming style 49
 floor sketch 74
 language 74, 106
 pre-direction 6
 production drawings 81
 QuickTime 88
 stills from 175
 storyboards for 18–21
 Final Cut program 88
 Flash program 159
 flashbacks 118–119
 floor plan 74, 133, 136
 flow charts 28
 focus pull (rack focus) 112
 forms: simplified 54–57
 frames:
 composing 58–59
 format 150
 key 22, 130–131
 reusing 88
 templates 38
 framing expressions 94–95, 106–109
 in action 109
 Frost, A.B. 8
- full shot (FS) 107
- G**
 Giraud, Jean (Moebius) 8
 gray markers 40
- H**
 hatching 72
 head room 58
 highlights 41
 Hitchcock, Alfred 6, 12, 18, 100, 111, 120
 Hong Kong shot 98
 Huston, John 19
- I**
 in-camera composition 59
 inserts 114
 Internet:
 examples of work on 48
 QuickTime film animatics for 88
 web sites 167
 creating 172–173
 designing 30, 31
 invoicing 165
- J**
 jpeg files 86, 142, 143
 jump cuts 114, 161
 jumping 63
- K**
 key frames 22, 130–131
 for costing 23
 shooting 23
 kill fee 18
 Kubrick, Stanley 110, 120
- L**
 language 94–121
 lay figure 60
 Leonardo da Vinci 66
- sketches 66
 light box 41
 light table 41
 line (axis) of action 96–97
 line techniques 72
 locations 127
 on mood board 129
 visualizing 116
 low-angle shots 13, 69
- M**
 magazines:
 practice drawings from 53
 for reference 174
 as source of inspiration 76
 male figure 60–61
 markers 40
 master shot 106
 match cut 113, 115
 materials:
 art 156
 mastering 73
 medium close-up (MCU) 108
 medium shot (MS) 107
 menace: conveying 100
 Michelangelo Buonarroti 66, 67
 Michelson, Harold 8
 Moebius (Jean Giraud) 8
 montage 115
 mood boards 128–131
 mood pictures 82
 mounting 12
 movement 60, 61–67
 indicating 14, 20, 95
 lines emphasizing 26
 movies see films
 MS see medium shot
 multimedia 28–29
 music 24
 music videos:
 client boards for 83
 storyboards for 22–23
- N**
 notation 95
 for camera movement 110–115
- O**
 180 degree rule 96, 116
 options: spreading 169
 organization 35, 164–165
 over-the-shoulder shot (OTS) 105, 108
- P**
 pack shot 15, 126, 130, 131, 151
 with text 130
 pan and zoom 110
 pan(ning) (camera movement) 14, 95, 110
 paper 38
 pencils 39
 perspective 68–69
 photographs: making
 sketches from 57, 67, 76–77
 photography style 127
 Photoshop 83, 86, 156
 blur plug-in 112
 pitch 124
 Plympton, Bill 27
 Polanski, Roman 21
 portfolio 166
 building 170–171
 on-line 173
 POV (point-of-view) shot 112
 practice drawing 52–53
 presentations 30–31
 designs for 151
 print commercials 80
 sketches for 83
 printer 43
 problems: fixing 160–161
 producer 148
 product: directing attention to 15
- production assistant 149
 production designers 149
 production drawings 81
 projectors 75
 promotion 166–167
- R**
 rack focus (focus pull) 112
 realism 160
 red pencil: working in 39, 77
 reference material:
 collecting 76
 using 157, 174–175
 refillable markers 40
 rejection: dealing with 169
 rejection letters 169
 relationships: establishing 65
 Rockwell, Norman 8
 rulers 39
 rules: breaking 116
 running 64–65
- S**
 safe shots 117
 scanner 43
 scene:
 balancing 121
 framing 59
 schedules 14
 Scorsese, Martin 12
 Scott, Ridley 12
 screen direction 94, 96–97
 scripts 124
 working with 132–133
 scriptwriter 149
 set-up: frame showing 130, 131
 setting: indication of 120
 shapes: simplified 54–57
 shooting boards 14–15, 17, 84–85
 shooting list 140

situation 130, 131
 situation/set-up 131
 sketchbooks 76
 sketches:
 adding notes to 13
 first series of 56
 for practice 52–53
 skills 34–35
 Smith, Webb 8
 sound 127
 space: empty 121
 special effects team 148
 speed reading 155
 Spielberg, Steven 12
 split screen 113
 Steadicam 110, 111
 storyboards:
 advice from professional 175–176
 development 8
 fixing problems 160–161
 importance of 6
 initial information needed 126–127
 language of 94–121
 requirements for 80–91
 strip lengths 143
 supplying digitally 142
 types of 14–15
 users 15
 uses 12–31
 storyline 126
 storytelling 116–119
 stunt coordinator 149
 stunt scenes 133
 stunts: mocking-up 133
 style: developing 70–73
 synopsis 125

T

teamwork 35
 techniques: mastering 73
 television: establishing shots

106
 television commercials:
 client board for 82
 shooting boards for 84
 templates:
 for animation 24
 frame 38
 time zones 165
 transitions 113–115, 118–119
 treatment 124, 125

U

USB key drive 43

V

vanishing points 57, 69
 vertigo effect 111
 VHS: transferring animatics to 86
 video games 156
 viewfinder 59, 77
 viewpoints 46

W

walking 61–63
 watercolors 156
 web sites see Internet
 Welles, Orson 12
 whip pan 112
 white pens 41
 wipe 113
 Witt, Alexander 18
 working practice 142–143
 workspace 36–37, 164

Z

zoom 112

致谢

作者致谢

首先, 我要向 Alessandra Orlacchio、Pia、Melanie Berglund、Per Carlsson、Tomas Grahl、Esbjorn Jorsater、Alessandro Aiello 致以深切的谢意, 向我家庭的支持致以衷心的感谢。向这些年来, 所有与我愉快合作过的制作公司、代理公司、导演、制片人和策划人表达我诚挚的谢意。

www.storyboardagency.com

www.iradidio.com

图片鸣谢

Quarto出版公司向为本书提供插画和照片的人们表示衷心的感谢:

关键词 = a 上面; b 下面; L 左边; R 右边

Tim Burgard 18b, 19a, 20b, 75a, 75c; Marco Letizia www.storyboardagency.com 22b, 29a, 29b, 46a, 46b, 53, 69a, 81b, 83b, 136, 154, 171; Amitai Plasse www.amiplasse.com 158, 159; Bill Plympton www.plymptoons.com 26a; Maxime Rebière www.maximerebiere.com 191, 21, 133; Carlos Ruiz Brussain www.carlosruizbrussain.com 9, 156a, 156a, 157b, 157b, 166, 170b, 171; Simon Valderama www.edlav.com 95b

因为借用了他们的图片, Quarto出版公司还要感谢以下公司:

6 SNAP/Rex Features; 8a Gene Lester/Getty Images; 8b John Meek/The Art Archive; 12b EON/Ronald Grant Archive; 16b Acne Film www.acne.se; 18a Constantin Film Produktion GmbH/Ronald Grant Archive; 19b Everett Collection/Rex Features; 23a Andrew Drysdale/Rex Features; 24b Bettmann/CORBIS; 26b, 27b Louis Quail/Corbis; 27b Rune Hellestad/Corbis; 30b Stack Studios www.stack-studios.com; 34r Dannyphoto80/Dreamstime.com; 35a Kirsty Pargeter/Dreamstime.com; 35b James Fraser/Rex Features; 43b NU/Shutterstock, Inc.; 51a Images.com/Corbis; 51c S.ND/Everett/Rex Features; 51b Kjeld Duits www.ikjeld.com; 52a Dave Bartruff/CORBIS; 59b Feng Yu/Dreamstime.com; 67c NorthGeorgiaMedia/Shutterstock, Inc.; 67b Dimitrije Paunovic/Shutterstock, Inc.; 75b Dukane Corp AV Division www.dukcorp.com/av; 98b RPC/The Kobal Collection; 99a Titanus/SNPC/The Kobal Collection; 99b Columbia/Tri-Star/The Kobal Collection; 100a Paramount/The Kobal Collection; 100b Columbia/The Kobal Collection; 101b Warner Bros./The Kobal Collection; 104a Paramount/The Kobal Collection; 104b P.E.A./The Kobal Collection; 111b SNAP/Rex Features; 111b Jimmy Jib "TRIANGLE" Camera Crane www.jimmyjib.com Photo: Kelly J. Richardson, Atomic Dolly & Crane Rentals, www.dollyrental.com; 126a Marija Calic/Dreamstime.com; 126a Suprijono Suharto/Dreamstime.com; 126b Daniela Spyropoulou/Dreamstime.com; 126b Jason Stitt/Dreamstime.com; 127a Christopher Howey/Dreamstime.com; 127c Rfoxphoto/Dreamstime.com; 127b David Davis/Dreamstime.com; 133b Peter Albrektson/Dreamstime.com; 135l EuToch/Shutterstock, Inc.; 135r Peter Guess/Shutterstock, Inc.; 139a James Thew/Fotolia.com; 139b Ron Downey/Fotolia.com; 139b Nataliya Peregodova/Dreamstime.com; 144b Jason Stitt/Shutterstock, Inc.; 155 iofoto/Shutterstock, Inc.; 165b Doug Stevens/Shutterstock, Inc.; 168l Gabriel Moisa/Shutterstock, Inc.; 168c Sean Nel/Shutterstock, Inc.; 168r EML/Shutterstock, Inc.; 175a kd2/Shutterstock, Inc.; 175a jocialek/Shutterstock, Inc.; 175c Paramount/The Kobal Collection; 175b Columbia/The Kobal Collection; 176 Ray Kosarin

其它所有图片的版权归Quarto出版公司所有。再次向所有为本书付出过努力的人们致以谢意。尽管追求精益求精, 但难免存在纰漏与差错, 如有错误, 望读者不吝赐教——我们将在新版中予以修正。

[G e n e r a l I n f o r m a t
i o n]

书名 = 分镜头脚本设计教程

作者 = [意] 乔瑟·克里斯提亚诺编著

页数 = 1 9 2

S S 号 = 1 1 9 8 1 3 1 0

出版日期 = 2 0 0 7 . 1 2

封面

简介

第1单元 什么是分镜头脚本？

综述

第1课：分镜头脚本的分类

第2课：广告分镜头脚本

第3课：电影分镜头脚本

第4课：MV分镜头脚本

第5课：动画分镜头脚本

第6课：电脑游戏和多媒体分镜头脚本

第7课：其他类型分镜头脚本

第2单元 我需要掌握什么技能？

综述

第8课：建立一个工作室

第9课：绘画工具

第 1 0 课：数码设备

第 3 单元 绘画技巧

综述

第 1 1 课：绘画风格

第 1 2 课：简单的形式

第 1 3 课：画面构图

第 1 4 课：人物绘画

第 1 5 课：透视基本知识

第 1 6 课：塑造个人风格

第 1 7 课：树立自信心

第 4 单元 不同形式分镜头脚本的要求

综述

第 1 8 课：客户脚本

第 1 9 课：拍摄脚本

第 2 0 课：动画演示

第 5 单元 分镜头脚本的语言

综述

第 2 1 课：运动线

第 2 2 课：摄像角度

第 2 3 课：景别

第 2 4 课：摄像机运动和注释

第 2 5 课：连续性和叙事性

第 2 6 课：构图

第 6 单元 从文字到画面

综述

第 2 7 课：该寻找什么

第 2 8 课：情绪板和关键帧

第 2 9 课：剧本全接触

第 3 0 课：现在，你得到了一份工作

第 3 1 课：广告：该画什么

第 3 2 课：接受建议

第 3 3 课：提高工作效率

第 3 4 课：工作前的准备

第 7 单元 工作进行中

综述

第 3 5 课：广告设计

第 3 6 课：广告分镜头脚本设计

第 3 7 课：电影分镜头脚本设计

第 3 8 课：概念艺术

第 3 9 课：动画分镜头脚本设计

第 4 0 课：分镜头脚本检验

第 8 单元 专业人士成长之路

条理

推销

态度
创建作品档案
创建网站
使用参考资料
采访
电影节
进一步阅读、观看和学习
专业词典
索引
致谢