

# 《动画剧本创作与营销》

## 图书基本信息

书名：《动画剧本创作与营销》

13位ISBN编号：9787121013126

10位ISBN编号：7121013126

出版时间：2005-6

出版社：电子工业出版社

作者：斯科特

页数：210

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《动画剧本创作与营销》

## 内容概要

看完了这本书，你就会从一个动画制作的角度来看动画了。书的语言很浅显通俗，适合所有对这方面有兴趣的人阅读。它也许能带给你很多灵感，也许能激励你的创业梦，也许，你还能发现你拥有另一项有待挖掘的才能——写作动画剧本……

# 《动画剧本创作与营销》

## 书籍目录

Part 1 准备工作 Chapter 1 了解动画世界 动画制作的概述——从剧本到完成的动画片 动画的类型  
非黄金档动画 黄金档动画 选择写哪种类型的动画 Chapter 2 工具Part 2 动画写作 Chapter 3 基本概念  
前提 梗概 剧本 Chapter 4 如何写前提 Chapter 5 拓展故事点 逻辑 按顺序列点 把场景拆成故事  
点 故事的动力 Chapter 6 如何写梗概 Chapter 7 如何写剧本 如何开始写剧本 编辑剧本 Chapter 8 写  
描述 视觉 信息传递的重要性 连贯性 节奏 Chapter 9 写对白 Chapter 10 如何写出笔灰 Chapter 11  
电影、网络和样稿 写一部电影动画剧本 写样稿 为网络写动画 Chapter 12 动画剧集的创作 扩展你  
的构思 Chapter 13 如何写故事简介、故事精华叙述和剪辑样稿 如何写故事简介 如何写故事精华叙  
述 如何写剪辑样稿Part 3 销售你的动画作品 Chapter 14 如何可找到一位代理人 Chapter 15 不借助代理  
商，如何成功涉足动画界 Chapter 16 如何推销你的动画剧本 Chapter 17 如何在动画界取得成功 作家  
，了解你自己！ 需要避免的坏习惯和需要注意的一些事情 一此有用的提示尾声后记Appendix 术语  
表

## 精彩短评

- 1、不错的书，很有启发效果
- 2、个人听喜欢的
- 3、，
- 4、忍者神龟，是这样控制我们的情绪的...木偶系？实践，实践..
- 5、从想法到把自己的剧本推销出去，如果这算是大学，国内的剧本创作课程可能连幼儿园考试都通不过。几稿剧本的修改，体现了作者以自己的经验为创作本书基础的底气。
- 6、真正的动画剧本的专家的倾囊相授。
- 7、精髓
- 8、一点也不好，国外的，这东西实时性很强，这早过继了，而且老外的口气跟聊天记录一样，不知所云
- 9、外国人写的这类书都比较就事论事，实用感强一点
- 10、举双手推荐
- 11、粗略看过的书
- 12、作者讲的很细~而且实例为证~我是学二维动画的~以前就是在图书馆里看了书所以才想要拥有的~推荐~好书~市面上不容易买到说剧本创作与营销相关的书~这一面其实很重要~
- 13、本书讲得易懂，道理却深。这几乎是我入行看过最早的一批书之一，非常实用。
- 14、有剧本创作的全过程，蛮受用的
- 15、想当年在学校图书馆看不完拍下来jpg着看完了。。好书啊好书
- 16、还行..我还记得
- 17、率性而为！
- 18、美国式的创作与营销理念，对中国动漫产业发展没什么指导意义。
- 19、为了强大的作者去读的~比较系统，但不太实用
- 20、很好看。我爱他的《忍者神龟》
- 21、忍者神龟的编剧
- 22、保持简单。不要出现不能使情节发展的点。坚持读和写。
- 23、很详实的案例和作者构思过程的解构
- 24、力荐
- 25、不是很喜欢，很空的感觉，适合初学者吧
- 26、循循善诱的美国商业动画写作指南，涉足电视连续剧与电影，分别儿童、成人与crossover，立足于其成熟的商业产业链，参考价值是有的。
- 27、一般，作为入门读物可以
- 28、当然，国内的国情不一样。但是他写的几个要点还是让人能学到点
- 29、有些参考，具体的处理学到一些技巧。
- 30、可以看看
- 31、很有趣很有用的写作风格，看起来一点不累。动画剧本和电影剧本的写作确实不同。你看过就知道了。
- 32、一般

## 章节试读

### 1、《动画剧本创作与营销》的笔记-第1页

幻都动画剧本网，供大家学习交流，<http://www.huandu.com>

### 2、《动画剧本创作与营销》的笔记-第170页

剪辑样稿就好像一个故事片段

在剪辑样稿中要勾勒出尽可能多的具体框架和人物形象【多多展示我的故事

故事精华元素要灵活加减

写剪辑样稿的另一个目的就是能够更好地发展故事情节

### 3、《动画剧本创作与营销》的笔记-第56页

在场景中分出故事点，以此成为同场景分场的依据。

故事的动力：情节必须这样发展的理由。

### 4、《动画剧本创作与营销》的笔记-第122页

节奏就是场景或故事发展的速度通常也可称为场景或剧本的“能量级”

所使用的词汇数量对剧本的节奏有相当的影响确定剧本的节奏来自于你所努力想要传达的，要让它快到无法转移描述只占剧本的一半，另一半是对白

### 5、《动画剧本创作与营销》的笔记-第118页

你必须能够想象出你所写的东西

让读者读到我的剧本时就可以“看到”动画

清楚，有效地传递信息

想象的东西是免费的，如果你可以负担得起任何想象中的东西，为什么不做到最好呢？

如果你在想象中就事物高质量地形象化，跃然于纸上的东西就会有更高的质量

在你的头脑中“看”你的动画，然后去寻找能够最好地表达你所看到的动画的词汇

### 6、《动画剧本创作与营销》的笔记-第148页

故事精华叙述是对整部剧集的描述，包括4部分：环境，人物，故事，框架结构

在框架结构中要阐述人物之间的关系、内在联系，以及他们是如何组成了一个符合逻辑的故事的

### 7、《动画剧本创作与营销》的笔记-第129页

幽默基于不合乎逻辑的顺序总是要在不合逻辑中稍微带一些逻辑，以合乎逻辑的事件开始，然后再扭曲一些东西来达到喜剧效果

让对白有意思，就要组织出一个逻辑问题或概念，再用无逻辑的反应来让观众惊奇

## 8、《动画剧本创作与营销》的笔记-第42页

连续剧的故事前提：

- 1、独创性
- 2、格式和角色符合剧情
- 3、加入观众想要的元素

## 9、《动画剧本创作与营销》的笔记-第125页

动作和语言定义了一个人角色的个性决定了对白无法互换【测试的好方法  
了解我的观众以确定我的语言对他们来说是真实的  
能通过表演完成的就不要对白

## 10、《动画剧本创作与营销》的笔记-第46页

【拓展故事点：】

- 1、从必需的场景的入手
- 2、哪些场景必须顺序出现
- 3、依照剧情逻辑排列场景——最简单的因果关系
- 4、只留下推动剧情发展的场景

【剧情逻辑：】

不断询问自己，接下来会发生什么？

【牢记：动才会有兴趣。

不动就会产生厌倦。】

（PS：观众如此，男人也是一样……）

满足人类期待看到【不可预见性运动】的心理需求。

在场景将要结束的时候制造下一个问题，由此吸引观众看下去。

【排列故事点原则：】

- 1、从一个可以勾引观众的关键场景开始
- 2、少就是多。
- 3、在物质和意义——动作和对白之间寻求平衡，也就是把握节奏
- 4、逻辑，故事逻辑。

## 11、《动画剧本创作与营销》的笔记-第119页

词汇就是某种含义的声音表达【虽指说话，但它与写的词汇的唯一不同就是：写出来的词汇是一个或一组表述声音和含义的符号，所以一个被写出来的词汇就是某种含义的符号  
我们需要词汇的唯一原因就是传递信息和含义【在心灵感应还无法实现的时代只能如此  
曲解的词汇会阻碍交流

## 12、《动画剧本创作与营销》的笔记-第147页

## 《动画剧本创作与营销》

动画剧集的故事简介通常由两部分组成：书面简介&艺术形象  
书面简介长度不限，通常在5~15p之间，双倍行距，描述故事内容和主要人物  
写故事简介并不是用来推销剧集，而是为了进行扩展交易【development deal】

# 《动画剧本创作与营销》

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)