

皮克斯说故事的22条指南



皮克斯公司的资深剧作家 Emma Coats 就曾经发表「讲故事的 22 条法则」，阐述自己创作动画剧本时的原则，让大众能更清楚动画创作是如何的编写剧本。而资深创业者 Peter Nixey 则认为，这简直应该被称作「创业者的 22 条指南」。故事人人会说但是巧妙各有不同，这些法则其实也像人生所会遇到的问题，真可以做为每个人在编写自己人生剧本时的参考。*粗体字是 Emma Coats 的原文，底下的细体字是 Peter Nixey 的批注。*

1. 敬佩一名角色的努力不懈与勇于尝试，多过于敬佩他的成功。

——成功不是目的也不是结果。

2. 切实感受观众想要什么，而不是你想要表达什么。

——把消费者需求摆在第一位。

3. 规划自己想表达的主题很关键，但不到最后一刻你的观点都是断简残编。

——产品又何曾不是这样的呢？

4. 从前从前.....他们每天.....直到有一天.....因为.....所以.....因此.....所以...最终.....

5. 简化、专注、整合特色、截弯取直。这样虽然可能让你觉得失去了有价值的东西，但它可以帮助你从固有思维中解放。

——这条法则应该早已深植人心。

6. 你的角色擅长做什么，喜欢做什么？给他们相反的东西，看他们如何挑战自己解决这些不曾解决的问题。

——别只专注于程序了，试试去开拓市场吧，琢磨怎样让市场接受自己吧！

7. 先思考故事的结局，再考虑过程和发展。说真的，结局部分是最难的，所以在一开始就得先细腻规画。

——作为创业者，你有制定过确实清晰的发展目标吗？「我们要占领 XX 市场」，这只是谁都会说的空话。

8. 落笔后，即使故事未臻完美也就此结束。完美结局存在于理想中，你得向前走，下次再做得更好。

——知舍得才是人生的最高境界。

9. 如果构思卡关，列出一份「下一步绝不可能发生的事」的清单，它往往能告诉你下一步应该怎么做。

——想想看大企业会怎么解答他们碰到的难题。

10. 把你喜欢的故事打散，明确自己究竟喜欢的是哪些元素，然后才有化为己用的可能。

——想一想自己钦佩的创业者，问一问「XX 会怎么做？」，你慢慢就能成为自己心目中的那一位典范。

11. 把主意写在纸上不断地修正完善，不表达出来只会烂在脑子里。

——不断与他人沟通，找出自己创业计划的不足，并不断地完善它。与同行、消费者、投资人、竞争者、陌生人沟通，而不仅仅是和自己亲密的朋友。

12. 愈早出现在脑海中的想法愈要打折扣，也不要局限在第二个、第三个、第四个想法.....

想尽办法打破平庸无奇，让自己被自己惊喜。

——你的想法应该独一无二却令人兴奋，充满替代选项的想法无法打动人心。

13. 让笔下的角色拥有自我意识，而不是你的傀儡。为角色安排剧情对编剧而言很简单，但对观众来说很无趣。

——赋予自己的品牌或公司「象征性」，让它们足以代表你的品牌或公司。

14. 你为什么必须说出这个故事，这个故事吸引人的部分源于你内心的何种信仰？这就是故事通篇的核心。

——思考自己创业的初衷。

15. 想象自己就是笔下的角色，在这种情况下你会怎么做？把自己丢进难以置信的情境中，感同身受。

——永远对用户、员工与投资人真诚以待，这会令你受益匪浅。

16. 利害关系是什么？给观众一个理由去支持这个角色。

——人们往往要看到你倾尽金钱与前程做这件事，他们才会愿意把自己的金钱或前程压在你的身上。

17. 世上没有徒劳无功，即使暂时毫无作用，但终究会在某个时候将发挥价值。

——永不止步，永远让自己保持做事情的状态，可以是埋头苦干，可以是探索未知领域，也可以是与别人沟通，不一定非得源于一颗功利之心。

18. 你必须了解自己，了解自己什么时候是在竭尽全力，什么时候只不过是手忙脚乱。

——你并不是另外一位 Steve Jobs。

19. 让角色「一不小心」陷入困局是很好的手法；让角色「一不小心」摆脱困局，大家会认为它是开外挂。

——你应该知道，大众希望看到你的难处和你的努力，而不是你莫名其妙的成功之路。

20. 试着找一部你不喜欢的电影，将其拆分重组你喜欢的样子。

——找一个市面上已经有的，但你不满意的产品，做出一个更好的来。

21. 你所创造的角色与场景都得具有意义，不能只是「酷」而无逻辑，背后必须有明确动机。

——参考影片分享 app「color」。

22. 你故事的精髓在哪里，可以用最简洁的语言表述出来吗？如果你已经有了答案，就从这里开始吧。

——你创业计划的精髓在哪里，可以用最简洁的语言表述出来吗？如果你已经有了答案，就从这里开始吧。