

创意思维与创新实践（四） ——影视创意思维方法



主讲人：国晓芬

联系方式：674555720@qq.com



艺术与科学中的创意

- 奥斯卡提名导演作品《如果我是上帝》

- <http://www.vmovier.com/51776>

- 本片由科德尔·巴克（Cordell Barker）导演，加国家电影局（National Film Board）出品，讲述了一个12岁的男孩在解剖课上的“胡思乱想”。脑洞少年回想起学生时代的那节解剖课，和课上与心爱女孩的目光相交，为了喜爱的姑娘占领宇宙制高点！

• 如果我有上帝般的力量，我就会召唤怪物来惩罚那些骚扰我的恶霸，或者创造一个田园诗般的美好时光。我们年少时都曾怯懦，想着变成上帝才敢和女孩子搭话，用这些神秘力量来打动她的心，保护她一生一世。但其实说上话之后什么都不需要改变，日子就立即美好了。

• 虽然某些地方令人不适，这依旧是一个值得关注的好作品，除了短片将传统动画和定格动画相结合的风格，主创的立意也是很高的。开篇也已点明，未来世界终将要被现在的孩子们统治。但在一个孩童上表现出的自我膨胀能否被教育改变呢？现世界的不堪又有多少来自于人性本恶？

- 值得一提的是，导演科德尔·巴克曾凭借《奇怪的入侵者》《猫咪又回来了》两次获得奥斯卡最佳动画短片提名。



- 反讽现实趣味动画《司机百态》

- <http://www.vmovier.com/51626>

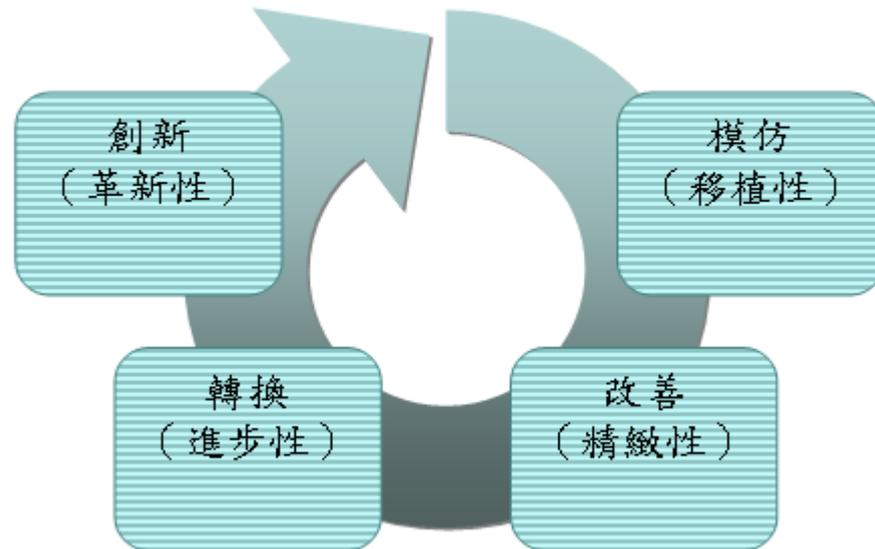
- 如果你想知道什么是人情冷暖，请去市客运站，如果你想看看什么是世间百态，请去十字路口。发生在马路上的永远不只有速度与激情，红灯前的众生百态尽显，隘口要塞古乃兵家必争之地，如今亦然。

- 易燃易爆如马景涛附体的咆哮司机，见缝插针假装分不清红绿黄的色盲驾驶员，还有把喇叭当乐器走错片场的交响乐手，在动画师 Nate Theis 的这支短片中，一帮真·老司机们夸张的表演最终酿成一场悲剧。

- 不管在哪里，只要车轮之下有白线，奉劝大家一定要遵守交通法规，小聪明不要耍，毕竟是和自己生命相关的大事，千万不能当儿戏。



潘氏的創意循環模式



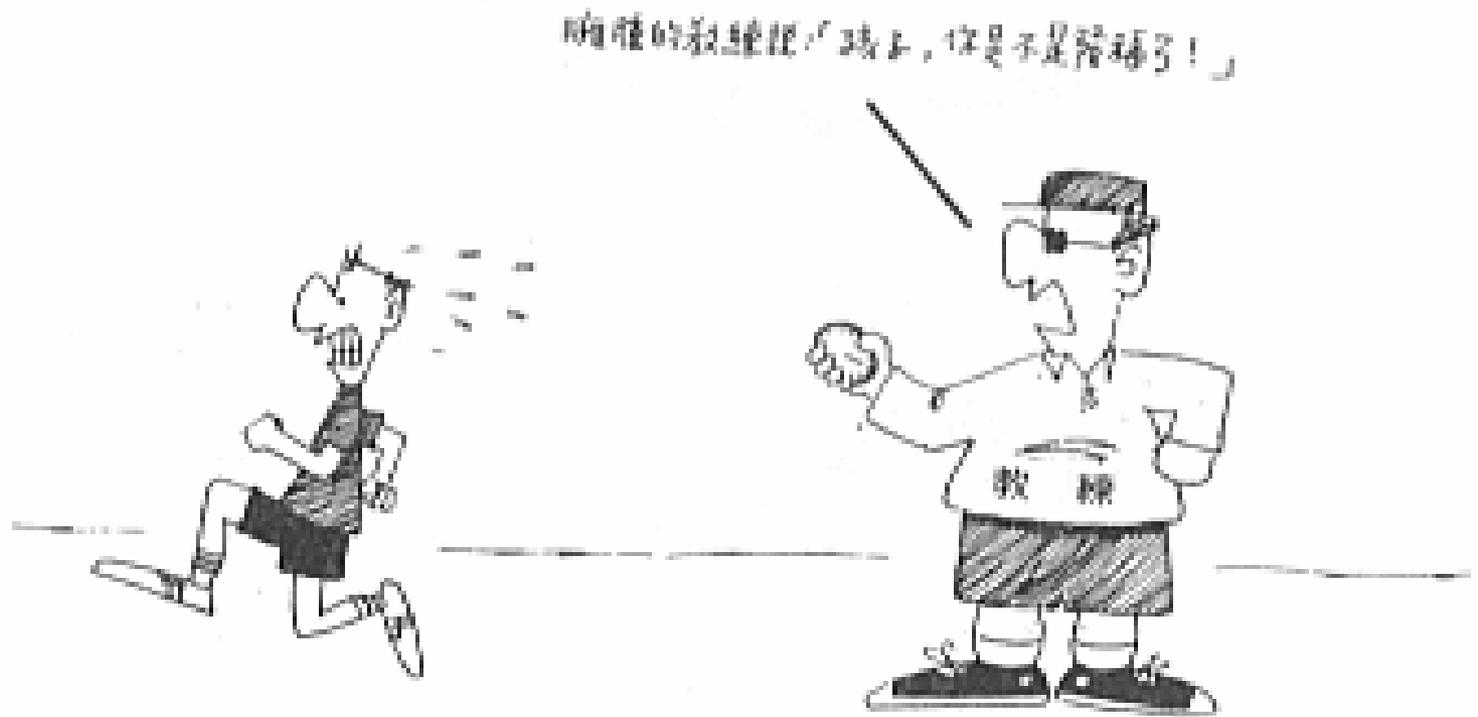
创意人的信念——自信



创意人的信念——探索与好奇



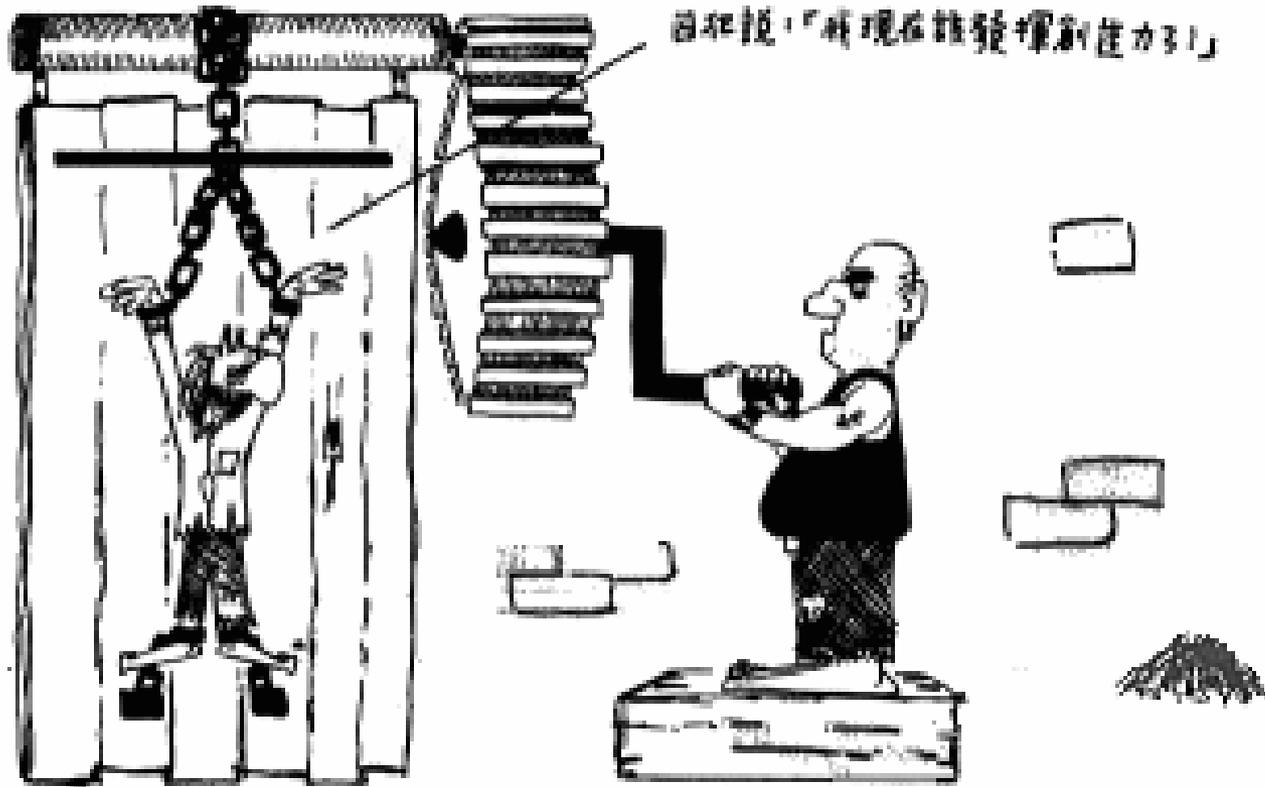
创意人的信念——



不要只叫別人必須富有創意，而忘了提醒自己要富有創意



创意人的信念——

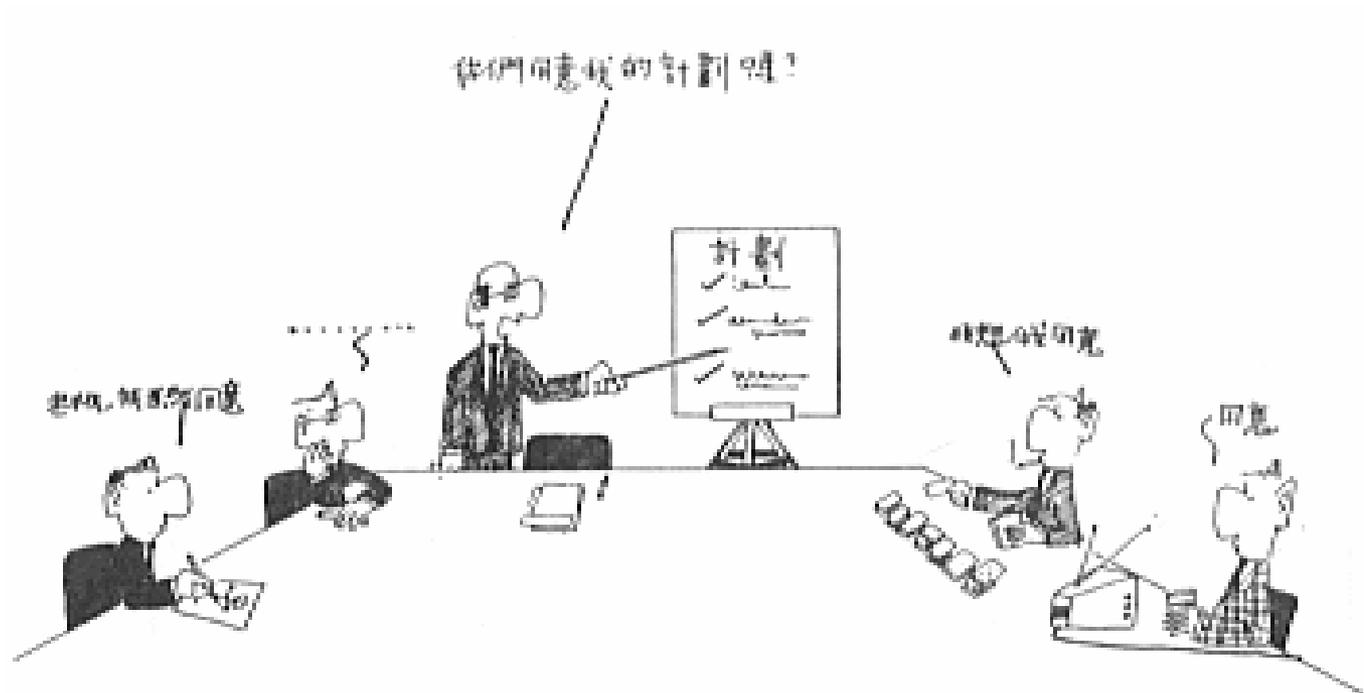


不要到了最後關頭才用頭腦

⇒P.29

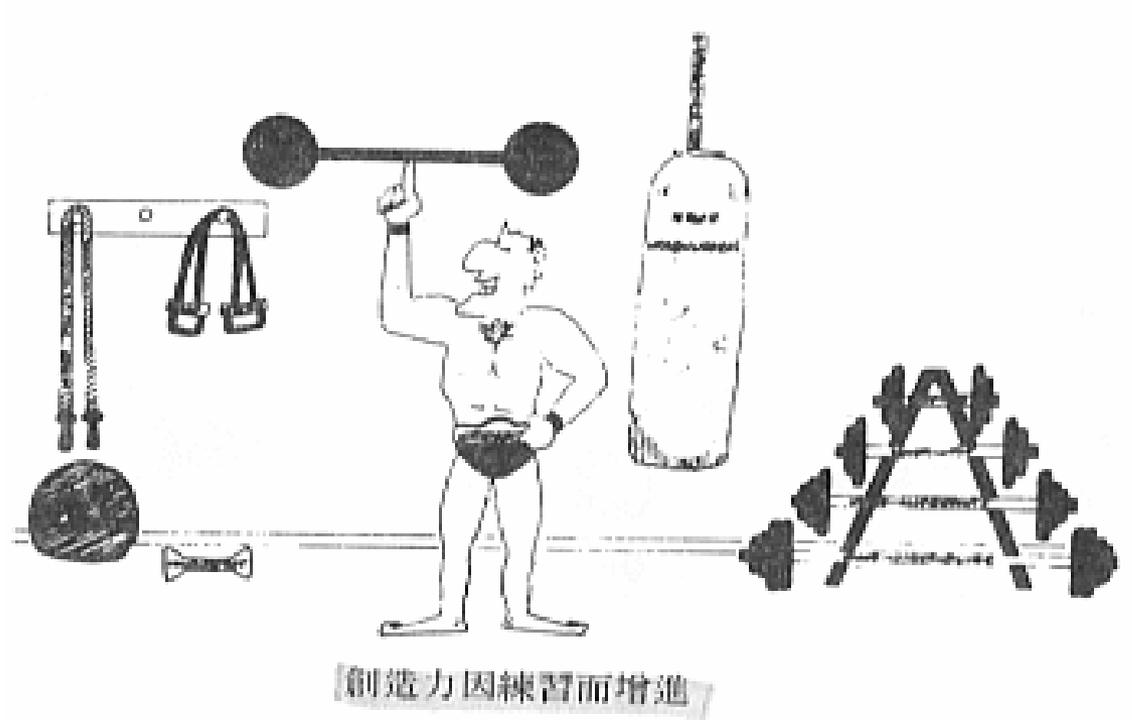


创意人的信念——



這是一個有創造力的領導嗎？





組合思考系列^{RED}

創造的發明策略：動詞檢核技法

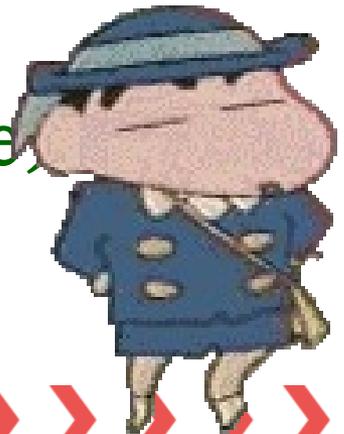
- 加一加
- 減一減
- 除一除
- 變一變
- 換一換

- 玩一玩
- 摺和疊
- 分與合
- 反方向
- 速簡化



組合思考系列之一： 奔馳法（SCAMPER）

- 替代、替換（substitute）
- 結合、組合（combine）
- 改變（adapt）
- 修改、擴大、縮小
（modify、magnify、minify）
- 用來做其他用途（put to the other uses）
- 取消（eliminate）
- 顛倒（reverse）、重新安排（rearrange）



什么是创意？

- 科学？
- 艺术？

• 创意的方法

- 头脑风暴法
- 超序联想法
- 影像创意法
- 联想创意法
- 分割创意法
- 分脑创意法：
- 逆转创意法：倒序
- 辐射创意法：发散



艺术 OR 科学

- 观念
- 综合
- 突发
- 非现性
- 求异
- 跳跃
- 简约
- 形象

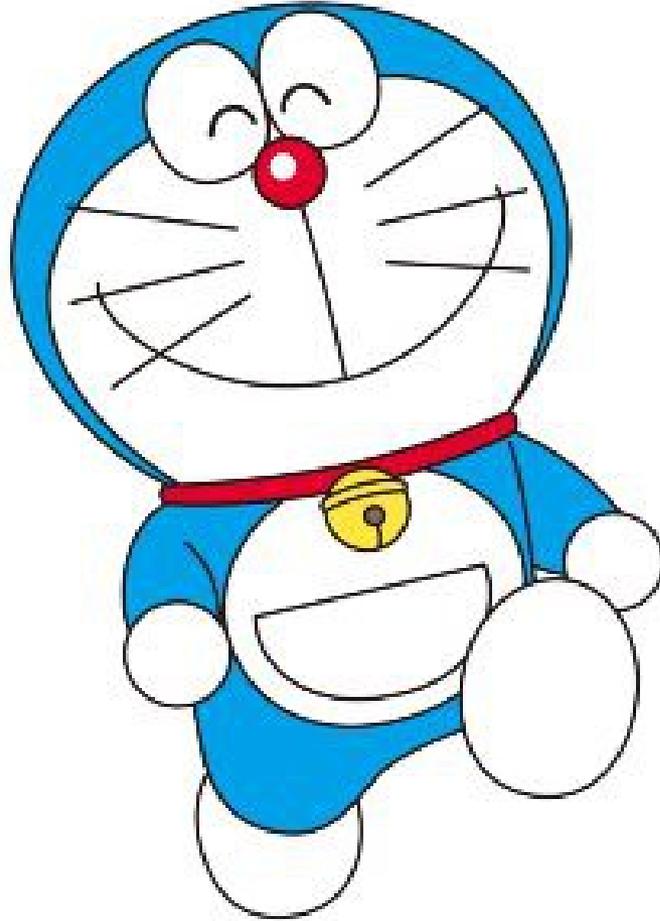




昵图网 www.nipic.com

By: 我信依然 No.20121214212467761145





创意原则

- 单纯性
- 关联性
- 原创性
- 震撼性
- 趣味性



创意思维方法

- 头脑风暴法
 - 笔记法
 - 图示联想法
 - 水平思考法
 - 分类归纳法
 - 逆向思维法
- 创意过程论
 - 入迷（搜集）
 - 理解
 - 酝酿
 - 启发
 - 实现或确认



影视创意表现手法

- 比较式广告
- 产品实证式
- 夸大问题点方式
- 3B 原则（美女、婴儿、动物）
- 名人代言式
- 卡通人物式
- 比喻象征式
- 歌舞式
- 生活片段式
- 散点式
- 戏剧冲突式
- 主讲人形式
- 特殊效果式（画面特效、声音特效）



影视广告的表现手法

- 电影风格
- 纪实手法（纪录片风格）
- “性”含义广告
- 纯字幕广告
- 方言式广告
- 系列性广告
- 借力方式
- 恶搞风格
- 意识形态广告
- 传统戏曲风格
- 中国字体、水墨与图腾类广告



比较式

- 黑人牙膏

- 种族歧视问题在当今依然是很严肃、很严重的问题。广告中黑人总是帮助孩子，但是由于种族歧视，孩子的父母们都不让孩子接触黑人，觉得黑人是想拐走自己的孩子，对黑人有一种偏见和抵触情绪。但是事实上，黑人也很无奈，在别人的偏见之下依然保持着乐于助人的心态。广告的最后，黑人躺在牙刷床上，最后幻化为黑色系牙膏，创意绝佳，让人举手称赞。广告将黑人比喻成牙膏，说明牙膏黑不代表不好用，黑人的微笑露出白皙的牙齿，也是反对种族歧视的表现。

- 视频链接：http://v.youku.com/v_show/id_XMTc3MTk3MzQ0.html



产品实证式

•创意在产品中找!



夸大问题点方式

- 泰国汽车轮胎广告 -- 我想约你女儿出去
- 视频链接: http://v.youku.com/v_show/id_XNzU1MDYyMTI=.html

- 步步高无绳电话广告喂小丽呀
- 视频链接: http://v.youku.com/v_show/id_XMjQzMzUwMDY4.html



夸大问题点方式

- 泰国口香糖广告—好利用
- 依旧是夸张、搞笑的风格，突出口香糖的嚼劲大。片中一老太爬到树上去摘椰子，回身发现男孩在嚼口香糖，因为口香糖的嚼劲大，所以男孩的嘴巴以及身体都抖动不止。老太发现这个现象之后，就把男孩的头绑在椰子树上，让男孩嚼口香糖的震动带动树动，把椰子震下来。合情合理，夸张搞笑，让人印象深刻。
- 视频链接：http://v.youku.com/v_show/id_XMTExNTU5Mg==.html



3B 原则、卡通人物式



比喻象征式

- 用猎豹来比喻汽车的速度
 - 用骆驼比喻汽车的耐力
 - 用衣服比喻果酱
 - 用玩具象征小孩子
-
- 《BISTO 酱》广告



歌舞式音乐风格

- 《英国电讯》广告



生活片段式和散点式（多情节片段）

- 用同样人物在不同场合的言行片段
- 不同人物在不同场合的言行片段来演示同样的主题或口号



戏剧冲突式



主讲人形式



特殊效果式（画面特效、声音特效）

- 听觉

- 视觉



作业

• 选择一个主题系列，完成以下创作分析

• 人生

- 寂寞小动物交友短片《蝙蝠时间》 http://www.vmovier.com/50906?from=channel_new
- 2016 奥斯卡最佳动画短片《熊的故事》 http://www.vmovier.com/48543?from=search_post
- 异想世界感人亲情短片《时间的针脚》 http://www.vmovier.com/50530?from=channel_new

• 地点

- 新加坡 http://www.vmovier.com/album/88?from=album_banner

• 节日

- 母亲节 http://www.vmovier.com/album/89?from=album_banner

• 时光

- 那些年 <http://www.vmovier.com/vote/graduation>
- 致青春 http://www.vmovier.com/vote/graduation_2016

• 生活片段

- Flash 脑洞大开创意真人动画《动画师大战火柴人》 http://www.vmovier.com/48183?from=channel_rating

• 价值观

- 2017 奥斯卡最佳动画提名短片《梨酒与香烟》 http://www.vmovier.com/51192?from=recommend_bottom
- 孟加拉写实残酷催泪短片《短发》 http://www.vmovier.com/51575?from=channel_new

• 你关注的问题

• 你喜欢的领域

• 生活选择 日本毕业季麦当劳招聘动画《未来的我》 http://www.vmovier.com/51311?from=channel_new

