



DIANSHIBIANJI
LINIANYUJIQIAO XIUDINGBAN

电视编辑理念与技巧

任远 编著

修订版

DIANSHIBIANJI
LINIANYUJIQIAO XIUDINGBAN

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

DIANSHIBIANJI
LINIANYUJIQIAO XIUDINGBAN



电视编辑理念与技巧

修订版

任远 编著

图书在版编目(CIP)数据

电视编辑理念与技巧/任远编著. —修订本 — 北京:中国广播电视出版社, 2008. 10
ISBN 978 - 7 - 5043 - 5570 - 6

I. 电… II. 任… III. 电视工作:编辑工作 IV. G222.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 024844 号

电视编辑理念与技巧(修订版)

任 远 编著

责任编辑 周然毅
封面设计 唐东仔
责任校对 孙雨芹

出版发行 中国广播电视出版社
电 话 010 - 86093580 010 - 86093583
社 址 北京市西城区真武庙二条 9 号
邮 编 100045
网 址 www. crtp. com. cn
电子信箱 crtp8@ sina. com

经 销 全国各地新华书店
印 刷 廊坊市人民印刷厂

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16
字 数 492(千)字
印 张 24. 25
版 次 2008 年 10 月第 1 版 2008 年 10 月第 1 次印刷
印 数 5000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 5043 - 5570 - 6
定 价 47. 00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

前 言

我这辈子最值得骄傲的事情,是为祖国的高等教育工作了近50年。在这半个世纪中,我教过“纪录片研究”、“电视写作”、“电视采访”等课程,但是,教得最长的课程却是“电视编辑”。1979年以前,这门课是为北京广播学院电视系的摄影专业讲授的,属于配合主课的技能课。学生拍摄了素材后,总需要编辑完成片子,才能观摩、讲评、获得成绩。1979年之后,广院成立了电视编导专业,“电视编辑”就成为主课了。记得最初这门课的总学时是600学时。不但包含了采访、写作、画面剪辑、音乐音响等内容,还有大量的作业课、实验课。教师就是我一个,亏得那时是隔年招生,否则真招架不过来。我只是教了79级一届,到81级,系里就把这门马拉松课分成了4门课程。我只教“影视画面编辑”,一学期80学时。到了90年代,电视系招生规模不断扩大,师资和设备都不够用了,于是,电视系每门专业课都定位为36学时,只占半个学期(9周)就结业。但是,36学时只是课堂讲授,作业时间另有实验教师负责指导。

中国传媒大学电视系专业课教师都很年轻,但是讲课都很好,不断有名师出来。主要的原因就是我们的学时安排得短而精,各种不同的学制、专业都要你挨着个儿去讲授,有时一年里最多的会讲8次。你讲了5年,还不驾轻就熟吗?但是,讲课要做到少而精,就必须把教材提炼到十分精粹的地步。从我个人的经历来说,从当初的600学时,压缩到今天的36学时,本身就是一个不断提炼、去粗取精、去伪存真的过程。作为电视系第一代教师,我曾经长期在中央电视台担任电视编辑,独立编导过30余部纪录片;另外,替别人拍摄的片子做后期编辑则更数不清了。我当初在央视编辑对外交流的电视片,片源是国内各个部门的现成播出片,只要认为是适合对国外的,拿来改编就是。改编片子,往往比自己从头到尾编一部片子

更有收获。俗话说,写一百篇文章,不如改一百遍文章。尤其是对于我这样的专业教师来说,改编片子不但省去了繁杂的前期拍摄任务,而且,更加能够“取人之长,补己之短”。譬如,我从实践中明白了电视媒体日常业务中最需要的是哪些编辑本事,我们读过的书籍中哪些东西有实践价值,哪些不适用于电视制作和演播。我们电视系的课程建设、教材建设就是紧密结合电视实践一路走来的。

从近半个世纪的教学实践中,我感到对于我们这样的系科,理念和实务的关系最难处理。我认为电视专业课程既要紧密联系第一线的实际,又要有理论和学术的指引。我常爱说的一句话就是:“理论滋润着灵感。”讲求技巧是创作的权利,但是,只有理念才能驾驭技巧。我认为,理论的核心就是探求规律性的东西。你只有把规律找准了,才能用它“一统天下”,才能避免陷在一味玩弄雕虫小技的泥潭中,把自己造就得不是“匠人”,而是有创造才能的艺术家。

最近几年来,现代电子技术的迅猛发展,有一个负面作用就是让人鄙薄基本专业技能。例如,有不少数码制作技术玩得很精的年轻人,却不懂影像语言的基本语法规律和修辞技能,编出来的片子,是光和声的堆砌,特技的炫耀,闹哄哄的,缺乏韵律感,没有一点审美价值。对此,我有一种强烈的责任感。我把自己的半个世纪的经验记录在这本书里,并把它定名为《电视编辑理念与技巧》,目的也就在此了!

任 远

2008年5月21日

目录 Contents

第一章 什么是电视编辑	1
一、电视编辑的任务	1
二、电视编辑工作的特点	6
三、怎样当好电视编辑	10
第二章 电视传媒的特性	14
一、研究电视传媒特性的意义和出发点	14
二、大众传播与人际传播的结合	15
三、电视手段的兼容性	17
四、电视演播的现场性	18
五、电视观众的深度参与性	21
六、电视对现实生活的逼视性	23
七、观众收视的随意性	24
第三章 抵制电视低俗化	26
一、关于我国电视低俗化的评析	29
二、低俗化的认识根源	32
三、摆正社会效益和经济效益的关系	35
四、抵制广播电视低俗化是长久的战略性任务	37
第四章 电视制作方式	39
一、实况直播	39
二、电视影片制作	42
三、录像制作	50
第五章 数字编辑制作	59
一、非线性编辑	60

二、虚拟演播室	65
第六章 两种影像语言	72
一、两种影像语言产生的由来	75
二、两种语言的对比研究	76
三、长镜头的表现力	82
四、蒙太奇的造型表意效果	87
第七章 摄像机——人的视线的延伸	90
一、镜头的视野——角度和景别	90
二、拍摄术语	95
三、摄像机运动	102
第八章 连续构成——康迭尼	113
一、什么是“连续构成”	113
二、时间的连续构成	114
三、地点的连续构成	115
四、动作的连续构成	116
第九章 对列构成——蒙太奇句型	137
一、对列组接的作用	137
二、蒙太奇定义与分类	141
三、用镜头造句	148
四、蒙太奇句型	150
第十章 合理组接镜头的条件	156
一、画面剪辑工作的任务	156
二、合理组接镜头的条件	157
第十一章 蒙太奇的剪接点	167
一、剪辑的逻辑性与节奏性	167
二、剪接点的选择	168
三、剪接率和蒙太奇节奏	179
第十二章 连续构成的剪辑	182
第十三章 电视片的节奏	197
一、镜头长度和感染力	197

二、影视剪接的“震惊感”	201
三、影视节奏的生成和表现	206
第十四章 场景过渡的手段	213
一、技巧画面的转场	213
二、无技巧剪接的转场	219
第十五章 声音支撑时空连续	230
一、声音的功能	231
二、内现、外现声音和同步、非同步声	235
第十六章 声音的录制	237
一、自然音响的录制	237
二、声音的种类	248
三、解说词录制	249
四、摄影机的噪音	250
第十七章 电视采访	253
一、怎样进行电视采访	253
二、拍摄现场的组织工作	256
三、电视记者出镜采访和报道	259
第十八章 镜头前的访谈	264
一、电视访谈的界定	265
二、收视情境下的人际传播	267
三、收视情境下的人际传播特点	272
四、收视情境下的人际传播策略	284
五、收视情境下的人际传播效果分析	286
第十九章 电视新闻编辑	291
一、电视新闻的内容	291
二、电视新闻的特点	292
三、电视新闻的类型与演播	294
第二十章 包裹式新闻编排	296
一、包裹式新闻是深度报道的一种形式	298
二、包裹式新闻的种类和形式	300

三、包裹式新闻编排的优点	305
第二十一章 电视新闻杂志节目	320
一、屏幕上的《60 分钟》	322
二、《60 分钟》节目形态分析	323
三、《60 分钟》的报道特点	325
四、镜头观念——受众至上,以人为本	327
五、镜头前的提问技巧	328
六、报道风格	329
第二十二章 纪录片编辑	335
一、纪录片定义	335
二、想象和补拍	339
三、纪录片的体裁	340
四、主线、细节、悬念、高潮	341
五、两种创作倾向	343
六、纪录片的叙述与描写	344
第二十三章 电视教育节目的编导	348
一、电教节目和心理学	348
二、电教节目的类型	351
三、电教节目的特技运用	353
第二十四章 电视节目的策划与管理	361
一、策划的含义	361
二、策划与计划、策略	362
三、节目策划的主要因素	363
四、理论滋润着灵感	365
五、节目管理与总编室	369
第二十五章 电视栏目及频道形象设计	374
一、追求意境美	375
二、动之以情,晓之以理	376
三、地域文化,民族特色	377
四、写实和抒情	377
后 记	379

第一章 什么是电视编辑

1989年春天,笔者在当时的西柏林电视培训中心(TTC)的“师资进修班”进修,当来自德国、英国、美国、西班牙的教师和前来进修的印度尼西亚、马来西亚、斯里兰卡、巴基斯坦等国的电视培训机构负责人,听说我在北京广播学院教授的专业叫“电视编辑”时,对这个专业名称的含义展开了热烈的讨论。经过争论,统一的意见是:这个专业在国际上被称作“电视编导”(TV Editing/Directing)。大家也都认同:对于全世界大多数电视传播机构来说,编辑是一个重要的岗位,不管那个岗位的正式职称叫“编导”、“导演”、“导播”,还是别的什么;在我国各电视台,“编辑”是一个特定的职称,有不同的等级:助理编辑、编辑、主任编辑、高级编辑。他们多数是在电视台的新闻、专题、文艺和电视教育节目编辑部从事节目制作和演播工作。他们和记者及其他演播工作人员一起,组成了电视宣传工作中的骨干队伍。

对于“编辑”这个职务的内涵,对于编辑的职能范围,在国际、国内都有着不同的理解。在有些国家里,编辑的工作仅限于文字范围,也就是只管写解说词或创作文学剧本的工作。编辑工作在英、美等国叫“EDITING”,是指影片或录像带的剪辑,而不包括其他工作。我国的电视编辑,实际上就是集编、导于一身的,他们工作的对象小到完整电视节目的编辑,大到一个专栏、一个专业频道,甚至全台的节目的编、制,编排。在世界上大多数国家,却被称为“制作人”(PRODUCER)。那么,我国的电视编辑的任务是什么呢?他们的工作又有哪些特点呢?下面,我们来作一些分析。

一、电视编辑的任务

一个电视节目,要经历选题、策划、构思(有时需经过采访)、拍摄、剪接、写解说、配音、复制拷贝等过程,然后才进行播放。在电视剧中,指导或直接担任这一系列的是编剧和导演。当然,在其他电视节目制作过程中,这一系列工作的负责人却是编辑,编辑工作贯穿电视节目制作的全过程。

以开始剪接工作的那一刹那为分界,我们可以把电视节目的制作程序分为前期和后期两个阶段。前期包括选题、策划、采访、构思、拍摄;后期包括剪接、写解说词、配音、复制拷贝。电视编辑工作在这两大阶段中的具体任务如下:

1、前期编辑工作

(1)在认真学习党的路线、方针、政策和在深入地调查研究的基础上,拟订选

题计划,经有摄影记者参加的集体讨论和修改,交领导审查通过,然后组织记者进行拍摄。

选题计划有一个时期的,如年度、季度和月度计划;也有某些特别节目计划,比如围绕节日、纪念日安排的选题计划,围绕国际体育比赛、重大时事活动等等宣传报道的安排。

(2)一些大型节目(专题节目、纪录片连续节目),需要组成摄制组,由编辑协同记者一起深入现场进行采访,拟写出拍摄计划或提纲,实际上这是创作构思的最关键性的工作,在共同深入实地调查研究的过程中,摄制组需要经过反复地学习、讨论来统一对主题的认识,并且进行艺术上的构思,充分运用形象思维来真实地再现现实。在这个全过程中,编辑是起主导作用的。拍摄提纲的完成,为拍摄工作打下了基础。

(3)编辑在现场进行拍摄中的组织工作和导演、导播工作,由于记者在现场担负着摄影创作的大部分任务,临场时取镜器前的摄影记者需要把精神高度集中起来,以便抓取、拍摄到最理想的镜头。这样,场面调度、现场秩序的维护、摄制组各工种之间的内部协调及对外联络,对被摄人的启发、诱导,甚至于场记工作,几乎全要由编辑来担当。有时候,编辑还要拿起话筒,进行现场报道,或者作电视访问谈话。

国际上有些电视机构的编辑或导演,还包揽了分镜头的工作,摄影师则成为编导工具,根据编导的口令或指示在现场工作,在这种情况下,摄影师的主动性、创造性完全被剥夺了。

著名的荷兰纪录片导演伊文思说:“导演与摄影的关系,不是靠行政命令,而是要导演有高度的政治艺术水平,要互相建立谅解、信任和支持,以密切配合。”(《对八一厂几部纪录片的意见》)他来华拍摄纪录片的过程中,同中国摄影师合作,拍前定好内容、对象和拍摄方法,拍摄中让摄影师有更多的主动权和自由,有了问题互相商量,配合得非常默契,值得我们学习。

2、后期编辑工作

(1)镜头剪接也就是把记者拍摄下来的影片录像素材进行剪裁、组接,编辑成完整的节目。这项工作,是要有高超技巧的。在电影制片厂或分工细致的电视机构中,它是由专职的剪接员或剪接导演来完成的。但是,作为电视编辑,最好是自己动手剪接镜头,以便直接地在镜头组接工作中体现原来的构思,以取得预期的效果。

(2)编写解说词,把有同时声(即声音和画面动作同步)的段落编辑机上完成声画合成的工作(也就是使声音和画面上的口型、动作同步),并整理好配乐制作的方案,以供音乐编辑、音响技师(调音员)、解说员参考。

(3)参与音响合成工作,指导、组织音乐、音响工作人员,完成配乐、配音响效果、录制解说,组织对节目的审看,并为复制拷贝做好准备工作。

3、组织报道

电视编辑的工作任务是十分繁重、复杂的。这些任务,都应当认真做好,但是,必须认识到,在所有这些任务中,组织节目应当是电视编辑的首要任务。

(1) 编辑应当好编辑部的“作战参谋”。

编辑应当协助编辑部的领导,调动记者的积极性,使电视节目更好地起到宣传、组织、鼓舞、激励、批判作用,推动社会主义现代化建设事业前进。

我们的宣传报道,应当紧密配合时代的发展,跟上社会前进的步伐,反映时代脉搏的跳动。我们应当“务党所需,务人民所急”。因此,任何一个宣传教育部门,若没有对党的方针、政策的学习和对社会实际情况调查、了解,缺乏对报道的指导思想和报道计划的研究,必然不能完成自己所担负的做群众的宣传者、鼓动者和组织者的使命。

编辑部需要一批训练有素的职业编辑,首先就是要拥有一批善于掌握党的方针、政策并善于分析社会实际情况,对节目制作工作能出主意、想办法的参谋人员。他们能够根据党的方针、政策和社会实际情况,制定一个时期的节目制作计划。

(2) 编辑应当组织、指导采访和摄制活动。

电视广播,具有速度快、传播及时这样的长处;而且,电视广播容量较大,需要大量的节目。这样,也就需要效果非常高、非常细微的组织工作。

电视广播手段现代化,带来了制作、演播集体分工细致、各部门之间愈加相互依赖、相互牵制的后果。这样,就要求合理地组织、调配摄制力量,更要注意分工合作。

因此,在现代化的电视传播机构中,编辑组织和指导记者、调度和配备摄录人力的事务性工作尤显重要,这几乎成为了编辑部日常工作的重要内容。

我们举世界上几家主要电视机构的例子。

英国独立电视系统(ITV)新闻部主办的“独立电视新闻”节目。它一共拥有400名雇员,每天分成三班值勤,分别负责13:00(20分钟)、17:45(15分钟)、22:00(30分钟)三次新闻节目播放。三个班,每班都有一个“当天新闻编辑”,他对独立系统新闻部负责。任务是考虑全天新闻节目总的安排,组织指导全天各线的采访工作,如派出记者、摄影师采访,另外还组织其他编辑搜集一天的新闻动向和报道线索。“当天新闻编辑”要收看前一天的新闻节目,以确定需连续报道或深入报道的事件。他还需要阅读路透社、美联社等通讯机构的电讯,以选择报道题目。“当天新闻编辑”,决定如何处理新闻,比如是通过播音员口播,还是用现场访问谈话、实况转播或录像手段。他甚至有权决定选派记者在国内或出国采访。

美国广播公司(ABC)每天播出新闻共5次,总计4个小时。其中每天早晨7点到9点的“美国早安”及晚6点到6点半、6点半至7点两次新闻是全国联播节目。在ABC新闻部下,有一个“分配工作部”,它是“新闻神经中心”。同ITV一样,它的成员也是一天24小时三班倒,他们每天要发3次情况通报,对早上、中午、晚间世界范围内发生的大事了如指掌,并且把它们传达给所有的记者。ABC新闻部要求事件发生后24小时内必须掌握。它设在伦敦、华盛顿、芝加哥的办事处分别把世界各大城市发来的情况汇总,然后提供给纽约ABC总部的“分配工作部”统一分配任务。在这里有一个人员流动情况表,记者的姓名、地点、电话都记在上面,编辑可以随时打电话向记者们发出指示,让他们拍摄所需的资料,并确定新闻的长度、指定何时直接用卫星播出或

传回新闻中心。

根据我国中央电视台目前的情况,编辑虽然暂时没有直接调派记者执行任务的权利,但是,编辑可以代表编辑部向记者转达如下情况、意见:

△提供新闻线索,确定报道体裁(是发新闻,还是拍专题报道),或者代表编辑部回答记者关于这方面的请示报告,确定采访行动的方案;

△转达党的政策尤其是新情况、新精神,通报面上(其他地方和一般单位)的情况,用以指导记者的采访;

△同记者一起共同研究、讨论所要报道的新闻事件的新闻价值,并就此作出中肯的分析,帮助记者明确报道意图和宣传指导思想,选择报道角度;

△坐镇在编辑部的编辑有责任随时通报记者所拍回的素材的艺术、技术质量鉴定结果,以保证节目制作的顺利进行;

△随时帮助记者解决拍摄或采访中的困难,帮助外勤记者向中央或省、市委领导机关请示、联系,以征得领导机关的支持等。

(3)编辑应当把组织、安排节目当成自己的使命。

电视节目的编排是十分重要的环节。它直接影响收视率的高低。美国有一家“尼尔森公司”,它是一个专司调查几大广播公司的观众兴趣和收视率的机构。它每周公布10个最好的节目,广告商根据它的调查确定在哪里登广告。尼尔森公司调查的方法,是从不同类型的家庭(收入、教育程度、白人、黑人……)中各找100户为代表,在他们的电视机上安装一种设备,用电脑纪录他们在什么时间爱看什么节目,哪家广播公司(电视网)的何种节目收看率最高。各大广播公司也根据尼尔森公司的统计结果,不断调整自己的节目安排。

电视编辑也担负着电视节目、电视专栏的组织、编排任务。在一个电视机构中,电视节目的选题、对象都应当是丰富多彩的,形式也应当是活泼多样的,而且,一般是采用综合性的方式播送的。即使是专业频道,在早晨、上午、中午等各个时段,电视屏幕上的各类节目经过精心搭配、编排。下午、晚间各单元时间里播送的节目内容常常要各具特色,而且风格迥异。这一点大大不同于剧场、影院总是以单一节目来取悦观众的状况。其次,在同一个节目(如电视新闻节目)里,“版面”的编排讲究。各条主题之间、各类节目之间的安排顺序和协调一致,都有赖于颇具匠心的艺术编排。总之,电视值班编辑需要对某个单元时间的节目或者某个特定的栏目的安排负责,而不是仅仅只对一个节目负责。

单独的电视节目,只是值班编辑手中的素材,就像是一个高明厨师用来制作拼盘的原材料一样,需要经过精心配料和烹调才能达到色香味俱全的效果。编辑如果不注意节目组织、安排,就会出现不好的宣传效果。

某电视台新闻节目中播出了湛江市一些社、队和私人对海产品乱捕乱捞,在集市上出售小鱼小虾,从而破坏了水产资源的消息;紧接着,在专题节目中又播出了《湛江新容》的纪录片,其中有介绍湛江水产资源丰盛的镜头。两条报道,一褒一贬,内容相

反,镜头中的气氛也迥然不同,使人看后难辨真假,造成了思想混乱。

再如,有些广告节目内容脱离人民日常生活,制作粗糙,有些还十分冗长,不吸引人。广告与广告之间又无间隙,一个接一个,甚至常出现几个同一类商品广告竞相鼓吹“本产品质量第一”、“全国首创”的矛盾状况,使观众看不下去。更有甚者:电视节目刚刚播出了某个贫困山区尚待解决温饱问题,接着播放的广告却在叫卖豪华婚宴,叫人看后很不舒服。

这两个例子,都说明了节目编排的重要。每个编辑部都不能缺少编辑节目的工作。掌握电视节目编辑技巧,实在是电视编辑责无旁贷的使命。

我们来看看美国广播公司一天的节目是怎么安排的:

7:00~9:00 《美国早安》(在同一时间里,美国另外两大广播公司的节目是:哥伦比亚广播公司《CBS 新闻》,全国广播公司的《今天》);

10:00~12:00 以家庭主妇为对象的节目;

12:00~16:00 以医院为背景的故事;

16:00~18:00 一般的、较差的电影;

18:00~18:30 全国新闻联播;

18:30~19:00 全国新闻联播是随时增添新消息的新闻节目;

19:00~19:30 为适应美国东、西部时差,安排两次接连播送;

19:30~20:00 游戏节目,猜谜等;

20:00~21:00 专栏节目(星期一至星期五);

21:00~22:00 小说改编的电视剧;

22:00~23:00 (连播两次,适应时差);

23:00~23:30 新闻(提供特别报告,涉及全世界大新闻);

23:30~1:00 旧电影。

其中,18:00~23:30 为黄金时间。

从这个节目表里可以看出编排节目的几个出发点:

△重点节目应该安排在收视率的高峰——“黄金时间”,即从晚上6点至午夜。美国广播公司4次新闻节目全部集中在这段时间里向全国播送。其他最精彩的节目,如名牌节目“体育运动”、“明星和观众见面”等专栏节目,安排在晚8点至9点;由小说改编的电视剧(像《根》等)播出时间为晚9点到11点。在星期六晚间,一般不安排精彩节目,因为这个时候大多数人都参加周末假日活动了。

△有明确对象的节目,应当选择最恰当的时间,既便利愿意收看者收看,又不耽误其他观众的时间。比如,以家庭主妇为对象的节目,大体安排在上班、开工以后的时间播送。

△在几个新闻节目里,内容和形式不能完全重复,除了18:30~19:00;19:00~19:30两次节目为适应时差而重播之外,各次新闻节目均可随时增加新的报道、新的消息,其中23:00的新闻,还提供有关世界重大事件的专题报道——由评论员主持的“特

别报告”节目。

△一次节目中花色品种也要精心组织,巧为安排。比如美国广播公司每天早晨7点到9点的《美国早安!》节目,是由新闻、对话、特别报告、气象预报四部分穿插而成的。而新闻、气象涉及更多的人,因此常常集中在7点到8点人们上班之前播送,观众可以一边用早餐,一边通过看电视,了解天下大事。

了解了编辑的工作任务,对电视编辑在电视节目制作、演播的过程中占有多么重要的地位就会很清楚了。在这个岗位上工作,任务是既光荣又艰巨的。

二、电视编辑工作的特点

电视广播是形象化的传播工具。电视广播是以屏幕画面为基础的,语言解释和音乐音响起辅助作用。是画面和声音组合、视觉和听觉相结合的产物。它不仅要运用文字和语言,而且主要的是依靠视觉形象来完成告知、说服和娱悦等传播任务的。这就决定了电视编辑工作区别于其他新闻(广播、报纸)编辑工作的特点。

1、电视编辑和视觉形象

我们要根据视觉形象的长处和短处来考虑选题,视觉形象给人以直觉,所以具有最准确、最鲜明、最生动的优点,它应该最适于用事实说话,真实的纪录会使观众有身临其境之感。

比如,瑞士编导克里斯丁·福瑞(Christian Frei)在2001年完成的纪录片《战地摄影师》(War Photographer),跟随美国某杂志战地摄影记者詹姆斯·诺齐维(James Nachtwey)深入巴勒斯坦、以色列、科索沃、印度尼西亚等战乱不止的地区,并用附加在诺齐维的照相机身上的微型镜头和同期声,摄、录了大量的战地见闻。我们几乎不用听到解说,就能心领神会镜头前所发生的一切。因为,电视的摄影镜头不仅可以记录镜头前发生过的事情,还能向人们展示正在镜头前展开的景象和事件。

1997年,中央电视台开始实现重大新闻现场直播,使得全中国甚至是海外的亿万观众,能从电视屏幕上直接观看到香港和澳门的回归典礼,全国人民代表大会和全国政治协商会议,中山舰打捞成功,英国王妃戴安娜的葬礼,三峡和小浪底工程等实况直播。这些例子,说明电视在真实地记录、揭示事件的时候,具有其他传播工具所不能比拟的优越性。因此,靠它来传达新闻信息,提供欣赏或进行电视教育,能收到较好的效果。

然而,电视广播也有它的局限性:

△它是纪实性的,因此对抽象的、理论性的东西或缺乏外在形象的事物(如心理活动等),很难直接表现。

△对于已经发生过的事件,除了依靠历史形象资料(如影片资料、文物、实物、图片)或借助于表演手段之外,电视也难以表现。

△对于反面不健康的形象,对容易产生副作用或者容易被敌人利用的形象,电视

一般不予表现。

△电视是“一次过”的宣传教育工具,画面形象在银屏上都是“一瞬即逝”的,观众在观看电视时不可能有机会反复观看他感兴趣的或感到陌生费解的镜头,也不可能随意停顿观看以便思索、消化某一段落、某一镜头的含义。所以,电视节目应通俗、易懂。

因此,对电视节目进行选题时应当考虑如下条件:

(1)要以正面宣传、教育为主,形象明朗、健康、生动。画面和解说都不宜过多地、具体地暴露消极面。为什么呢?这是因为视觉形象具体、生动,最能给人以深刻的印象和强烈的刺激。儿童大多喜欢模仿电视中人物的动作、行为,特别是那些被渲染、夸大的反面角色的形象,孩子们学得很快、很像。电视人物的发型、服饰和配合画面的语言(比如新词汇)、歌曲,也成为许多成年人效法、学习的对象。如果不健康的、不恰当的、消极的形象充斥屏幕画面,会产生很坏的影响,西方的一些大众传播学家和公共教育专家多年来一直在批评商业电视以黄色图像和暴力行动毒害青少年,致使犯罪率日渐上升。我国的一些地区,在一段时间里,也发生过青少年或儿童因受到电视剧中反面人物的有害影响而滋生事端、破坏治安以至走上犯罪道路的情况。因此,我们应当警惕。

在批评、揭露我们工作中的缺点、错误或社会上不良倾向方面,电视报道可说是很有威力的了。它能以画面形象把事实公布在人们面前,无论是对于被批评、揭露的单位、部门或个人,还是对于整个社会,都能引起强烈的震动。但是,揭露、批评的大多属于我们前进中的问题,要扫除的只是前进中的阻碍。因此,电视编辑必须坚持以正面宣传、报道为主,不能把批评、揭露放到主要的地位。

过去曾发生过这样的事,敌对国家的媒体使用从我国重新对外发行的电影、电视中挑选出来的某些镜头,编成反华、反共的电视节目,以图迷惑、欺骗他们的人民,达到他们不可告人的政治目的。因此,在处理暴露性画面的时候,我们必须谨慎小心。

一些令人不愉快的形象,例如灾祸、刑事案例或者残疾人、重病患者等,在一个时期中也不宜过分集中地在屏幕上出现。有些电视剧作品,过分渲染了凶杀的场面,有的地方电视台,过多地报道了灾祸新闻。还有,在同一段时间里,电视作品出现了“残疾热”,主角不是盲人就是跛子,或者总爱表现寡妇、鳏夫的形象。这样的电视宣传效果是不好的。

(2)电视新闻或纪录片要在事件的发展进程中,不失时机地抓住典型的形象进行拍摄,或者抓住日常生活中经常存在的、随时可以捕捉的事物进行报道宣传。电视新闻不能拍过去的旧闻。对于电视新闻来讲,应当是今天发生的事,或是刚刚发生的,甚至是正在发生的事。已经发生过的事件,不能补拍、重演,只能报道事后的反应和善后工作等等。抓住突发事件,不失时机的报道是永远受欢迎的。

纪录片很少以突发事件为题材。应当从日常生活中去挖掘最有价值、最有典型性、最有趣、最富于美感的题材进行报道。

(3)对于电视报道、电视教育节目来说,题材宜具体不宜抽象,题目宜小不宜大。

“典型宜多,综合宜少”的原则,对电视节目制作有着指导的意义。

在新闻报道方面,报纸、广播电台可以在综合消息中用数字和简单的概述来报道在全省、全国发生的情况。而电视报道总离不开具体的地点、单位或特定的对象,至多在背景介绍中用口播方式对画面上的情况作补充交代。

电视教育节目不宜进行理论阐述,却适于进行具体工艺、技术、技能的直观教学。好的电视教育节目,都能从直观教学中抽象、概括出普遍规律,把抽象和直观形象化教学结合得很紧。题目小、内容具体,就便于教师反复示范和学生反复演练。

(4)还应当考虑有充分的形象资料可以借用的题材。有些电视片,如《周总理的办公室》、《鲁迅故居》、《难忘的创业者(王进喜)》,全部是用资料影片、照片、实物镜头组编成的。《咱们五个孩子》则以北京崇文区周同山等5个孤儿兄妹10年前的资料片和介绍他们成长起来以后的现状报道对比编成的。这些形象资料都极富表现力。

我们常常习惯于按照文字表达的需要来考虑选题,在安排节目内容的时候,也常常会套用文字通讯、特写所能包含的内容范围。这种脱离视觉形象特性要求的创作构思,常会流产或失败。例如,有些突发性事件,即使是可歌可泣的英雄事迹,除非为我们临场拍到的,是很难事后补拍的。而报纸、广播则可依靠文字语言来追叙。编辑部有时会收到某些观众、通讯员或一些缺乏经验的记者、编辑的建议,他们要求拍摄已经发生过的外宾抢救落水儿童、少先队员抢救险境中的幼儿的场面。这些题材,主人公虽然都可能健在,对事件发生的地点、环境也还都可以拍摄下来,但是事件的核心部分——英雄行为、险情是不可能真实地反映出来了。当然可运用图画、当事人回叙等间接方式,或者用重演的手法来再现,但这种再现办法是不可取的。

再如,一份杂志上登了一篇题为《助人为乐的红领巾》的通讯。文章写的是上海市一位女少先队员几年如一日地在上学路上护送一位盲人阿姨到工厂上班的事迹,杂志还在插页上刊登了这位女学生扶着盲人在人行道上行走的照片。女学生长得秀气,盲人体态匀称,但是,当我们赶到上海采访这位女少先队员时,不禁大失所望:这位女少先队员患了肺病已休学半年,护送盲人的事情半年前就中止了。因此,我们根据那篇通讯而编写的完整的拍摄提纲,却一个镜头也不能拍了,这个题目流产了。

事实上,有许多事情用文字记叙可以洋洋洒洒,连篇累牍。但是,我们用电视新闻、纪录片形式却无能为力。比如四川省成都市四川棉纺厂,自实行自负盈亏后,对全厂生产的发展和职工生活福利的提高带来了显著的成效。一年来,他们扩建了“的确良”化纤自动生产线;车间安装了空调设备、冷冻设备,既对产品质量提高有好处,又是职工劳动保护的有效措施。工厂有了钱,增加了集体福利,新修了电影院,改建了食堂,翻修了可供900人休息的夜班单身宿舍,添置了4辆交通车接送上下班的女工。所有这些,都可以被摄入镜头,通过电视屏幕予以报道;但是,对于工厂改革的具体做法,如怎样以税收代替过去按定额上交利润的办法(利改税),我们却很难用画面来详细交代。

还有些事物,不是不能上镜头,也不是镜头不能表现,而是镜头画面效果不好,因