



广播电视编导与播音主持艺术
精品教材译丛

本书受到中国人民大学“985工程”
中国新闻传播研究哲学社会科学创新
基地的支持。

电视节目导演与制作

(第4版)

Directing and Producing
for Television:
A Format Approach (Fourth Edition)

[美] 伊万·克里 | 著

韩晓宁 | 译



010101100010
111101001010101010
00010101110101010001010001010

清华大学出版社

广播电视编导与播音主持艺术

精品教材译丛

电视节目导演与制作

(第4版)

Directing and Producing for Television:

A Format Approach(Fourth Edition)

[美] 伊万·克里 | 著

韩晓宁 | 译



清华大学出版社

北 京

Ivan Cury

Directing and Producing for Television: A Format Approach, Fourth Edition

EISBN: 978-0-240-81293-9

Copyright © 2011 by Ivan Cury. All rights reserved.

Tsinghua University Press is authorized to publish and distribute exclusively the Chinese (Simplified Characters) language edition. This edition is authorized for sale throughout Mainland of China. No part of the publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体翻译版授权由清华大学出版社独家出版并限在中国大陆地区销售。未经出版者书面许可,不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记号 图字: 01-2011-8114

Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover are unauthorized and illegal.

本书封面贴有Taylor & Francis公司防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

电视节目导演与制作(第4版)/(美)克里(Cury, I.)著;韩晓宁译. —北京:清华大学出版社, 2013.2
(广播电视编导与播音主持艺术精品教材译丛)

书名原文: Directing and Producing for Television: A Format Approach, Fourth Edition

ISBN 978-7-302-30942-0

I. ①电… II. ①克… ②韩… III. ①电视节目—导演艺术 ②电视节目—制作 IV. ①G222.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第294023号

责任编辑: 陈 莉 王佳佳

封面设计: 周晓亮

版式设计: 思创景点

责任校对: 蔡 娟

责任印制: 何 芊

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者: 北京富博印刷有限公司

装 订 者: 北京市密云县京文制本装订厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×260mm 印 张: 25 字 数: 503 千字

版 次: 2013 年 2 月第 1 版 印 次: 2013 年 2 月第 1 次印刷

印 数: 1~4000

定 价: 49.00 元

产品编号: 043239-01

广播电视编导与播音主持艺术精品教材译丛

编委会

主 任：胡智锋 中国传媒大学

主 编：支庭荣 暨南大学

编 委 (按姓氏音序排列)：

蔡尚伟 四川大学

李 幸 华南理工大学

孟 建 复旦大学

石长顺 华中科技大学

谭 天 暨南大学

俞 虹 北京大学

钟 新 中国人民大学

丛书总序

“媒介是人体的延伸”，著名思想家马歇尔·麦克卢汉这一句名言，简洁而又深刻地阐释了大众传媒对于个人、群体和社会而言，有着怎样的巨大意义。无远弗届的传媒，其影响是如此源远流长而又绵绵不绝，以至于无论怎样夸张似乎都不为过。诸如信息社会、媒介化社会、数字地球等涉及宏大叙事的新鲜语汇，将传播媒介、传播技术与我们这个时代各种最令人惊异的景观，直观而形象地联系在了一起。

另一方面，传媒也是社会的产物。换句话说，传媒不仅有它的技术面目，而且还受到使用者的文化习惯和心理预期的影响。大众媒体从它诞生的那一刻起，就展示了许许多多的可能性，并经历了无数的尝试、再尝试和不断的变迁。多少有点像哈利·波特系列故事中的神奇生物“博格特”，它会成为视听用户心中最害怕出现的东西，当然，它也会成为人们心中最希望出现的东西。难道不是吗？我们不愿意看到的灾难事故、环境恶化、暴力冲突或战争，各种人们恐惧厌恶的东西，每每出现在电视荧屏上；我们爱听的新歌、爱看的电影大片、欲罢不能的英美日韩剧、搞笑的视频和脱口秀也常常能够轻松地在互联网站的首页或某个角落里找到。这些因素，使得大众传媒就像阳光和空气，玩伴和闺蜜一样，成为人们日常生活不可或缺的一部分。

换一个视角，即从广播电视研究者、从业者和内容服务提供商的角度看，上述的景象就变成了：首先，传媒具有新闻性，使得它追求真实和快速反应，虽然有时也需要理性的思考和严密的推理，有时也会有各种琐碎精细的信息服务；其次，传媒也具有娱乐性，它要给使用者、观看者带来兴奋、愉悦、刺激等各种精神满足。事实上，所有的传媒都可以看成是信息和娱乐按某种配方而成的混合物。有的媒体，比如电视；有的媒体产品样式，比如电视娱乐节目，可能娱乐的成分多一点，有时甚至可以看做是演艺或表演的代名词，但是综合来看，广播电视还是兼有新闻性和娱乐性的。因此，我们看到很多的新闻是以讲故事的方式呈现的，讲故事就带有娱乐色彩，把故事讲好不仅仅是个体力活，还是个技术活，是一门内涵丰富的学问。

从执业广播电视的历史长短来看,西方发达国家具有某种起点领先的优势,这是不可否认的。与此同时,比如说美国的广播电视业,它虽然也很重视公共利益的原则,有很多规范和底线,但是,它更多地采用了商业运营体制,要求媒体必须在商业上是成功的、受人欢迎的,这使得它在近百年的发展历程中,又积累了很多市场操作上的不二法门,就像好莱坞的各种套路和程式一样,以便尽可能地迎合和满足受众的需求。梳理这些经验的工作理论,对于拿来主义者来说,就是一个有着丰富资源的宝藏。商业化当然也有很多弊端,甚至会陷入悖谬的困境,拿来主义者的任务自然是要注意“弃其糟粕”,“取精用宏”。

西方广播电视业中一个引人注目的现象,是新闻和娱乐节目主持人的明星制。圈内的大牌明星们,比如为中国人所熟知的传奇人物迈克·华莱士、奥普拉·温弗瑞等人,业务精湛,身手不凡,同时又身价不菲,从而成为镇台之宝。他们在巅峰时期的影响力,与体育界、文艺界的天王天后们相比,不遑多让。扛鼎数十年不衰的品牌栏目,动辄数千万乃至上亿的拥趸,令他们的职业生涯光芒万丈、蜚声朝野。因此,传媒行业是一个聚光灯下的行业,也被称为“朝阳行业”,虽然道路也许不乏酸甜苦辣,需要披星戴月,披荆斩棘,而且胜者为王,赢家通吃,突围不易,但是仍有数不清的机会百炼成钢,出类拔萃。

随着旧媒体的背景渐行渐远,以及新媒体的发展一日千里,西方广播电视业同样见证了什么叫潮起潮落,什么叫世代罔替。不仅从业人员是这样,后浪推前浪,媒体本身也如此,绚烂和平淡之间的转换,可能只是俯仰之间的事。以电视业为例,从黑白到彩色,从无线到有线,从卫星电视到互联网电视,从台到网到跨界集团,风云变幻何其迅猛!俗话说,万物皆流。如果说有什么是恒常不变的,那就是基本的法则。比如爱因斯坦说过的成功法则,百分之九十九的汗水加百分之一的灵感。

从20世纪70年代后期开始,中国的广播电视业,终于把握住了时代的机遇,走上市场化运营和文化体制改革的道路,对于市场规律和专业操作方面的理论、知识和技能要领的寻求,变得格外重要和迫切起来。来自欧美一线的各类教材和参考读物,因此而成为他山之玉,被源源不断地引入,琢玉成器。

世界的洪流总是滚滚向前,辛勤的努力总有恰当的回报。而从前人和他人的经验中坚持不懈地学习,就是一种十分经济的发展、张扬自我,适应、改造世界的途径。有鉴于此,我们与清华大学出版社合作,经过两年的共同努力,组织翻译了这一套“广播电视编导与播音主持艺术精品教材译丛”,以飨读者。

期望我们这一次精心的付出,能为有志于在广播电视、戏剧影视和音视频制作领域施展拳脚的高校学生、研究者和从业人员,献上一份珠圆玉润的营养品。

支庭荣

2012年3月

序 言

从第1版说起

从10岁起我就一直在广播、电视、电影和剧场领域工作。许多人在我职业道路上帮助过我——有些人的帮助是在不经意间，比如一位制片人，当时他对我说，我刚才导演某个场景时错失了很多机会，几天之后他就解雇了我。那时候我并没想到这是对我的帮助。从那以后，我就养成了一种工作上的习惯，确保我不会再错失任何机会。我告诉你们这些，是想让你们能够做好准备，避免以后错失机会。

这本书聚焦于多机位拍摄的、需切换或剪辑的电视节目类型。这些节目包括了大多数新闻节目、小组谈话节目、日间电视剧(肥皂剧)，正在发生的比如政治会议、体育赛事、演出项目等“事件”，以及电视购物节目。不管节目的格式是怎样的，本书的重点主要是关注导演的角色，谈及某些节目格式时也会关注制片人的角色。

本书第1版写作时，当时的电视还是一种基于模拟信号的媒体。第2版和第3版谈及了数字革命的出现和发展。这一版更新了数字时代带来的产品的变化。在谈到这些变化的时候，福克斯娱乐集团工程总裁安德鲁·塞托斯(Andrew Setos)简洁地说：“我们不再是基于介质的，我们现在是基于(数字)文件的。”这种变动的结果对于节目如何转播和编辑、实际上也就是节目看起来如何，已经产生了深刻的影响。

新的程序、新的软件和新的工作方法必须更新。彩条(color bar)是一个与此相关的很好的例子。虽然它们仍然被用于调整摄像机，但它们不再是节目包的一部分；导演也不再需要先花30秒举起场记板再进行倒计时。制作新闻节目的导演也不再依据脚本进行工作，相反，他们正在放弃过去让嘉宾们一直使用的那种讲词提示机，现在的提词设备能够展示图片以及其他材料。

虽然这些新技术带来了很多东西，但本书里仍然保留了与第1版非常相似的基本内

容。一个小组谈话节目需要一些常规的和固定的提问。嘉宾们必须坐在便于工作人员拍摄的地方,而且位置要固定以便于观众理解小组成员相互之间的关系。对于一档戏剧类节目,按比例缩放的平面图(在美国是按照1/4英寸比1英尺的比例尺)和摄像脚本,并不会有大的变化,无论节目是以模拟信号还是数字信号录制。

本书这个版本努力述及这些新的事物。我同样也增加了我相信应该从一开始就该被包括进来的资料,其中包括了不同脚本格式的案例以及在美国和英国使用的词汇。

目 录

第1章 导言	1
导演/制片人的工作	1
电视节目格式	3
第一种划分	3
第二种划分	4
所有节目格式的基本要求	6
比例缩放平面图	6
交叉拍摄	14
180度法则	15
三分法	15
一些惯例	15
发明、创新和趋势	16
新的惯例	18
综述和教材规划	19
本章小结	20
第2章 演播设施	23
设施的组成部分	24
演播室	24
控制室	24
支持区	26
演播室	27
地板	27
墙壁	30
灯光架	31

电源插座·····	34
电源线路·····	34
天花板·····	34
控制室·····	35
音频装置:控制室·····	35
视频装置·····	37
演播室补充部分·····	40
摄像设备·····	40
音频设备·····	44
舞台设备·····	46
支持区·····	52
入口和大厅·····	52
办公区·····	52
休息室·····	53
更衣室·····	53
化妆间·····	54
美发间·····	54
服装间·····	54
总控区·····	55
录制区·····	55
信号供给区·····	56
资料室·····	56
电视电影区·····	57
图形区·····	57
观众区·····	58
放映室·····	58
本章小结·····	59
第3章 人员·····	63
前期制作阶段·····	64
行政主管·····	66
制片助理/节目助理·····	68
导演·····	69
制片经理·····	69
运行人员/日程安排人员·····	70
工程人员·····	74
会计师·····	75
布景设计师·····	75
艺术指导/布景装饰师·····	77

灯光设计师	79
可选择的参加者	80
制作阶段	83
接待员	83
演播室经理	84
工程人员	84
舞台经理	89
舞台人员	90
喷绘人员	91
道具人员	91
灯光师	92
演出人员	93
合唱队、临时演员、亲友、动物	93
图形师	93
化妆师和发型师	94
后期制作阶段	95
客户主管/销售	96
日程安排人员	96
接待员	97
资料员	97
运输	97
编辑人员和编辑工作	97
混音师	99
管理服务	99
本章小结	101
第4章 小组谈话节目	105
座位安排	106
座位安排与摄像机涵盖范围	109
主持人坐于末端的180度座位安排：优缺点	109
主持人坐于末端的180度座位安排的拍摄	111
主持人坐于中间的180度座位安排：优缺点	111
主持人坐于中间的180度座位安排的拍摄	112
主持人被环绕的360度座位安排：优缺点	113
主持人被环绕的360度座位安排的拍摄	113
节目规程	114
脚本格式	119
排练程序	132
第1项	132

第2项	132
第3项	133
第4项	134
第5项	134
第6项	134
第7项	134
第8项	135
第9项	135
第10项	135
拍摄	135
本章小结	137
第5章 演示类节目格式	139
导演掌控	139
展示与讲解素材: 创作指南	140
前期制作	140
制作	141
基于理念协调画面	141
创建节目规程	142
排练	143
实际操作	143
展示区域	145
演示过程	145
单机位演示类节目	148
本章小结	149
第6章 有脚本的节目格式	151
电视剧	151
惯例	155
平面图	157
分镜头脚本	158
铅笔练习	161
标注舞台调度	162
标注摄像机	168
分镜头清单	176
排练室	180
演播室走场	180
演播室预演	181

录制/直播	182
排练日程安排	183
日间电视剧排练	183
情景喜剧	183
有乐谱的音乐	191
舞蹈脚本	192
本章小结	193
第7章 音乐节目	197
前期制作	197
节目规程注意事项	202
前期制作：排练	207
前期制作：排练厅	207
录制步骤	216
音频	216
视频	216
分镜头清单	218
外景地拍摄日程表	219
资料镜头	222
音乐资料库	222
视频资料库	222
未入库素材	223
基本拍摄概念	223
制作	229
电视演播室排练和制作	229
摄像机布置	233
制作排练	234
编辑	240
本章小结	241
第8章 商业广告和公共服务广告	245
相同点和不同点	245
前期制作	247
成本分析	252
专用装置	254
静物台	254
柔光帐	254

运动图像控制	254
动画	255
制作	256
拍摄	257
拍摄步骤	257
多机位拍摄	260
加拍镜头以及收工	261
后期制作	262
本章小结	263
第9章 新闻节目	267
新闻节目特征	267
前期制作	268
导演	268
制片人	271
规程和流程	274
制作/发布	280
制片人: 播出	280
导演	281
本章小结	281
第10章 纪录片和真人秀节目	285
背景	285
理念	287
格式	288
前期制作、制作和后期制作	291
纪录片制作计划	293
拍摄	295
浏览	299
编辑	300
一份蒙太奇的制作日志	303
真人秀节目	309
本章小结	312
第11章 多机位远程节目	317
基础知识	318
“导演的玩具”	322

摇臂和升降机	323
摇臂	323
升降机	323
技术手册	326
表演节目：音乐会、戏剧和表演事件	329
舞台	329
灯光和声音	330
流行音乐节目：摇滚乐、乡村音乐和爵士乐	330
古典音乐节目	335
体育赛事：最真实的节目	337
180度法则	337
交叉拍摄	338
摄像机的位置	338
线性体育赛事	339
环形体育赛事	339
硬件设备	340
工作人员	340
导演	341
制片人	341
场地体育赛事	341
比赛规则	342
新闻和纪录性事件	342
前期制作	344
制作	346
后期制作	346
本章小结	346
 附录1 脚本格式化	 349
 附录2 资源和求职	 355
 专业术语和词汇表	 359

第 1 章

导 言

成为一名导演最重要的事情是拥有这份工作。

——埃立克·冯·斯特劳亨¹

我引用冯·斯特劳亨的话作为本书的开始，是因为我曾经听说，一个人最先读到的东西会成为他最为坚持的东西。

导演/制片人的工作

为了得到并保住工作，你必须处理好其他事情。我们并非独自工作。导演是一件诠释性工作，而不是一种创造性的艺术。作家、油画师、作曲家、雕塑家和建筑师都是创造性艺术工作者。创造性艺术工作者独自工作。他们在空白的画屏前、纸张前、帆布前独自工作，或用黏土，或雕刻出一个山丘或者其他什么。如果他们是作曲家，最终他们需要音乐家把曲子演奏出来。以同样的方式，剧作者和编剧们需要制片人、导演、演员和剧务等诠释性艺术工作者使他们的产品成为现实。

作为创作者的剧作者首先产生一个故事的想法，里面充满不同的角色，剧作者知道这些角色被设定会做出何种行为。之后，导演对这些角色可能做出不同的诠释，同时向摄制导演解释他的视觉想象。在摄制会议上，一组演员会讲出他们感觉应该如何演绎这些角色，没有一个演员的选择会与导演和摄制导演的想象相同，或者与原作者的想象相同，或者与其他任何演员的想象相同。所有的诠释都基于诠释者的生活和经历。任何两个人都不会有相同的经历。

1. 埃立克·冯·斯特劳亨(Eric Von Stroheim), 1885—1957, 20世纪初著名德国导演、电影演员。

作为导演/制片人,我们必须选出一个演员,并将他或她关于角色的想法与那些必须进入这一整合作品中的东西网罗在一起。不可避免地,我们对演员的选择不仅基于谁是最好的,还要考虑谁是可选择的,或者说谁是我们能付得起费用的;有时选择是基于友谊和债务。

接下来我们不得不回答一系列关于我们的选择的问题。我们要回答来自摄像师和剧务的问题。我们不得不随时诠释,并让所有人投入我们想做的事情。仅用钱解决不了问题,或者仅用哄骗、欺压、讲理,甚至爱心都行不通。但如果想完成这个项目,我们必须找到方法把这些部分结合在一起。

无论我们是做电视剧还是纪录片,如果我们能尽可能多地预测到可能发生的问题,我们就能有很好的机会把这一切结合在一起。由于知道回答所有的问题是不可能的,我们只能尝试着去回答。一旦对所预测的问题都有了深思熟虑的解决方案,当不可避免的最后一分钟新信息和突发的“停止播发”紧急状况出现时,我们就可以轻易去应对。当需要做出新改变时,我们就拥有了基础去应对任何新的需求。

本书试图让你明白几乎所有的多机位电视摄制和一些单机位电视摄制都需要提前做好功课。重点会围绕“导演/制片人”而不是其他方面,因为这里展示的材料定位于导演的准备工作。制片人也被包括进来,是因为导演和制片人的职能通常是相关联的,同时也因为制片人的决定经常会对导演的工作产生直接的影响。本书不涉及导演的美学、心理或艺术方面的准备工作。

本书也不涉及制片人的商业技能,比如收购版权、完成交易或者管理公司。本教科书的目标在于为一个已经充分就位的项目在开始规划“动手部分”(hands-on part)的产品时所需要的一切提供解答。有时,知道动手部分是什么,会对我们做出声音美学、心理和艺术方面的决定提供帮助。

时间管理是本书没有真正涉及的另一个话题,虽然这是重要的并且需要被解决的。非常多的可以成功或者理应成功的项目最后失败了,就是因为不良的时间管理。对于很多人而言,长时间和深夜工作并不会比正常分配的工作时间更有效率。一件在凌晨两点到四点间完成的工作,如果在早上九点开工则通常只需要半个小时。一个在截止日期前两天才开工,然后在试制、制作、后期制作阶段赶工期的项目完成时,总会存在两类大家都承认的问题:一类是产品固有的问题,一类是因为不良的时间管理才造成的问题。导演/制片人有责任管理好他或她自己的时间,并且有责任尊重并管理好剧组人员的时间。

本书前面几章里介绍的一些信息对所有类型的产品来说都是真理。例如,一个“1/4英寸比1英尺”比例尺平面图在小组谈话节目(panel shows)和电视剧(dramas)中都会用到。第4章中涉及了关于“1/4英寸比1英尺”比例尺平面图的额外资料,小组谈话节目及其拓展的脚本节目类型出现在第6章中。如果你想知道更多关于某一特殊格式节