

当代传媒系列丛书

电影电视配音艺术

DIANYING DIANSHI
PEIYIN YISHU (第2版)

田园曲 编著



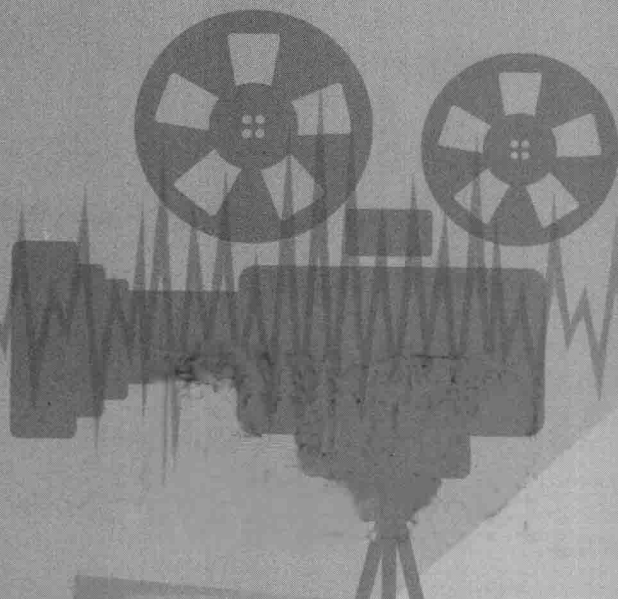
清华大学出版社

当代传媒系列丛书

电影电视配音艺术

DIANYING DIANSHI
PEIYIN YISHU (第2版)

田园曲 编著



清华大学出版社
北京



内 容 简 介

本书通过详尽的理论阐述、生动直观的案例分析和制作精美的训练材料,帮助读者有效提高语言综合表达能力、强化影视节目配音能力。书中涵盖了配音艺术概说、电视广告配音、电视专题片解说、电视新闻配音和影视人物配音等内容,既可作为普通高等院校播音与主持艺术、表演及配音等相关专业本、专科教育的教材,也可作为影视配音从业人员与爱好者自我提升的训练素材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,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

电影电视配音艺术 / 田园曲 编著. —2 版. —北京:清华大学出版社, 2014
(当代传媒系列丛书)
ISBN 978-7-302-36319-4

I. ①电… II. ①田… III. ①电影—配音 ②电视—配音 IV. ①J912

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 082073 号

责任编辑:王荣娉 易银荣

封面设计:赵晋锋

版式设计:方加青

责任校对:曹 阳

责任印制:沈 露

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

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62790226

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:三河市李旗庄少明印装厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm 印 张:16 字 数:290 千字
(附 DVD 光盘 1 张)

版 次:2012 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 2 版 印 次:2014 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1~2700

定 价:35.00 元

产品编号:057662-01

丛书编委会

总主编：田园曲

顾问(按姓氏笔画排序):

刘 静 罗共和 贾 宁 黄元文 曾 致

编 委(按姓氏笔画排序):

丁 亮 王 炜 王兰君 王钊熠 田军成 刘 莉 许 嫱 孙宁丰
纪 洁 伍娜娜 李 丹 李 菁 李俊文 李燕湘 吴婷婷 余 乐
辛逸乐 宋晓宇 欧阳平 易 军 罗文筠 赵万斌 赵小蓉 袁 乐
徐 江 翁 如 唐华军 谈彦好 黄 娅 黄 娟 翟 清 廖建国

丛书序 SERIES ORDER

博观约取，求索创新。

人类传播方式的每一次飞越，都与社会的发展、技术的进步以及人们对信息的渴求密切相关。大众传媒是社会发展的产物，并且随着其发展，改变着人们的生活、工作和娱乐方式。所以，作为传媒业从教与研究者的我们更应在这诸多变化当中，剥离纷繁的物质表象，准确把握行业深层次的变与不变，并将我们的研究所得作用于人才培养的全过程，以有效推动传媒教育事业的科学发展。

在经济全球化、文化多元化和传播媒介多样化的背景下，综合分析传媒行业的变与不变，我们会发现，变化的是传播方式、技术手段、运作模式与播出内容；而不变的则是我们必须遵循的传播法则——即传播的使命、传播的价值观、信息的真实性以及内容的服务性与有效性等。这所有的不变聚合起来，也便构成了大众传媒的DNA。因此，我们的高校传媒教育，也理应在这个大前提下，有效结合行业变与不变的现实情况，从人才培养模式、课程体系设计以及教学内容安排等方面进行深入细致的思考与探究，该坚守的坚守，该调整的调整，该变革的也理应顺势变革。

然而，相关法则究竟该如何坚守？教学内容到底要怎样变革？这不能只是个命题，更应该落实于白纸黑字的有效践行上。于是，本着这种放眼世界、博采众长、精益求精和勇于创新的精神，一批懂业务、宽视野、善思考、厚积淀，并且有着传媒使命感的教师聚集了起来，携手清华大学出版社共同开发、出版了这套《当代传媒系列丛书》，目的就是为了在高速发展的社会里，用符合时代特点、反映行业规律、贴合教学需要的内容，为读者呈现出当代传媒五彩斑斓的大千世界。同时，为了保证教材的质量，我们在编写时也遵循了以下原则：

第一，抵近教学一线。

第二，反映时代需求。



第三，紧扣行业脉搏。

第四，科学安排内容。

第五，注重读者体验。

在这些原则框架的基础上，我们力求丛书能符合教师教学、学生学习与传媒爱好者自学的需要，也期待着广大读者在阅读、使用过程中能给我们提出宝贵意见和建议，以使这套丛书日臻完善。

《当代传媒系列丛书》的出版，得到了多位业界专家的悉心指点，也得到了国内众多院校的大力协助以及诸多媒体同仁的鼎力支持，在此一并致谢。

让我们心向传媒，立足课堂；积聚力量，行在路上！

田园曲

2014年6月

前言 PREFACE

配音艺术在我国蓬勃发展了几十年，但遗憾的是其相关理论体系却并未真正得以建立，训练方法的总结也不够完善，更多仍是停留在录音棚里“师傅带徒弟式”的经验传授上。在国家积极推进文化体制改革和文化大发展、大繁荣的政策背景下，不断壮大的电影电视事业对电视新闻、专题、广告、影视栏目以及影视剧人物配音专门人才的需求也日益强烈起来。这为播音主持、表演与配音专业的同学提供了空前的发展机遇与广阔的事业平台，对配音艺术相关教学和理论的研究，也提出了更高、更新的要求。

目前，国内关于电影电视配音方面研究或教学的书籍，大致有以下几种：曾志华老师的《广告配音教程》；王中娟、任昱玮老师的《广告播音》；王明军、阎亮老师的《影视配音艺术》；施玲老师的《影视配音艺术》；卜晨光、邹加倪老师的《电视节目配音教程》；段汴霞老师的《广播影视配音艺术》。这几本书从不同角度对配音艺术进行了条理化、系统化、专业化的阐述，在业务理论与训练方法等方面也进行了有益的探索与总结。

我们最早于2000年在播音主持专业的“台词朗诵”课上涉及了电影配音的教学，期间训练的一些经典作品，如《魂断蓝桥》《简·爱》《乱世佳人》《叶塞尼亚》《大明宫词》等，一直被当做省、市重大演出的保留节目。后来经过市场调研与考察学习，我们对教学计划与人才培养模式进行了较大幅度的调整，将电影配音作为一个章节加入到“电影电视配音艺术”的课程教学体系中，并结合教学实践与学生反馈，于核心期刊发表了相关配音教学探索与思考的论文，在学科完善与专业建设等方面进行了有益的探索。

本书内容包括：配音艺术概说、电视广告配音、电视专题片解说、电视新闻配音和影视人物配音等。除了对具体创作方法与技巧的阐述外，书中还收录了部分影视作品的配音训练材料，并附上了原片视频和消音视频，以便教师课堂教学和学生自我训练。

在教学过程中，我们努力研究配音艺术的特点以及各类配音的异同，对一些规律性的内容及方法进行反复论证，并最终落实到理论讲授与实践训练的过程中。从市场反馈来看，我们的教学与训练产生了较好的节目生产效益，培养的学生受到了用人单位的肯定与



好评。这也成为我们总结经验、编撰教材的动力之一。

与配音实践一样,教学的过程也是艺术灵感与灵魂碰撞激荡的过程,我们在不断学习、摸索与创作的过程中体味其中乐趣,感悟艺术的真谛,并总结出了一套既适合学生又行之有效的创作经验与方法,最终落实在这本书上。

值得注意的是,不少初学者在配音实践的过程中常依赖于对经典的模仿。我们认为,初学阶段为了培养语感,适当借鉴与模仿经典是无可厚非的,但也不能因为模仿而全盘照抄、忽视创作。著名画家齐白石先生曾说过:“学我者生,似我者死。”意为学他的画要做到“神似而形不似”。同样的道理,我们用声音创作出的作品也未必非要和经典一致,只要具有鲜明的时代感、符合节目要求、能张扬自身声音个性与语言魅力,并能给观众带来审美愉悦和精神享受的,就是好作品。

田园曲

2014年4月

目录 CONTENTS

第一章 配音艺术概说

一、配音的分类	2
二、配音的作用	2
三、配音从业人员的职业素养	3

第二章 电视广告配音

第一节 理论概述	7
一、认识广告	7
二、广告的价值	8
第二节 广告文案与广告配音	9
一、什么是广告文案	9
二、广告文案的说服方式与配音风格的把握	9
三、广告文案的叙事角度与配音视角的把握	15
四、广告文案的叙事人称与配音语态的把握	19
五、电视广告文案的特点与配音的关系	25
第三节 广告配音的声音选择	26
一、以人的声音类型作为选择依据	26
二、以市场需求作为选择依据	30
第四节 广告配音的方法与注意事项	34
一、明确诉求与卖点	34
二、品牌的诠释	35
三、广告主题与配音风格的贴合	38



四、确定语言表达样式	40
五、注意事项	47
第五节 案例分析及实践训练材料	49
一、案例分析	49
二、实践训练材料	52

第三章 电视专题片解说

第一节 理论概述	75
一、认识电视专题片	75
二、专题片的分类与解说风格	76
三、专题片解说的作用及相应语态	78
四、解说的技巧	81
第二节 案例分析及实践训练材料	91
一、案例分析	91
二、实践训练材料	112

第四章 电视新闻配音

第一节 理论概述	125
一、新闻稿件的特点	126
二、新闻配音的形式	126
三、新闻配音的要求	133
四、新闻配音的语言技巧	138
第二节 时政新闻配音	141
一、时政新闻配音的要求	141
二、案例分析	142
三、注意事项	144
四、实践训练材料	144



第三节 民生新闻配音	154
一、什么是民生新闻	154
二、民生新闻的配音要求	155
三、案例分析	159
四、注意事项	161
五、实践训练材料	161
第四节 生活资讯配音	163
一、什么是生活资讯	163
二、生活资讯的配音要求	164
三、案例分析	166
四、实践训练材料	168

第五章 影视人物配音

第一节 理论概述	173
一、认识影视人物配音	173
二、影视人物配音演员须具备的素质	173
三、影视人物配音的要求	175
四、影视人物的声音造型艺术	183
五、需要注意的问题	186
第二节 案例分析及实践训练材料	189
一、案例分析	189
二、实践训练材料	192
附录A Adobe Audition 3.0的使用方法	211
附录B 课堂训练习作(音频、视频文件见随书光盘)	227
附录C 配音教学、自我训练消音视频	231
参考文献	241
后记	243

第一章

配音艺术概说

在各类科学技术与艺术门类空前繁荣的今天，电影电视艺术所取得的辉煌成就，为人们的生活带来了巨大改变。它打破了时间与空间的局限，把不同国家、不同民族紧紧联系在一起，通过丰富多彩的影视节目，向人们传递着各种信息，并影响着人们的生活方式和价值观念。

中国的电影电视事业虽然起步较晚，但在从无到有、从单一弱小到百花齐放的过程中，在几代人的艰辛探索与共同努力下，已取得了举世瞩目的辉煌成就。那荧屏里和银幕上的一个个经典的电视节目、一部部优秀的电影作品和一台台精彩绝伦的文艺晚会，在向世界展示中国强盛的国力的同时，也推动着中国的电影电视事业跨越一座又一座高峰。

然而，无论是电影、电视还是各类晚会，制作流程都是环环相扣、烦琐复杂的。从策划创意到制作播出，各种因素都在影响着节目的质量。其中，配音作为“声画”艺术中的重要一环，也正受到越来越多的关注。

本书将从配音业界的现象入手，以案例分析的形式，对不同类型的影视节目配音分别进行阐述，帮助从业者从现象到本质地深入了解各类节目的特点及其对配音的需求，以期用更为精准、生动的声音为电影人物、电视节目完成声音形象的塑造。



一、配音的分类

随着我国电影电视生产规模的不断扩大,层出不穷的各类节目在配音需求量急剧增加的同时,对质量也提出了更高、更新的要求。在这种要求下,配音由初期大而全的“声音配画面”,逐渐发展成为风格各异、特色鲜明的多样化体系,并融合汉语普通话的音韵之美,形成了独具特色的艺术工作门类。

为了教学方便,我们结合一线实践与理论研究的具体要求,对配音工作做了一个粗略的分类。

- (1) 电视广告配音。如商品广告、公益广告、台标台宣、形象广告的配音等。
- (2) 电视专题解说。如《再说长江》《故宫》以及其他各类电视节目专题片的解说等。
- (3) 电视新闻配音。如中央电视台的《新闻联播》《新闻直播间》的新闻片配音等。
- (4) 影视人物配音。如电影人物、电视人物和动画人物的配音等。

然而,不论如何分类,生动的画面只有配上抑扬顿挫、悠扬悦耳的声音,才能更好地诠释画面的美,也才能进一步彰显声音的魅力。作为声画同步的艺术形式,声音和画面必须和谐共存于单位时间的节目里,才可能为观众创造出赏心悦目的视听享受。

二、配音的作用

视觉和听觉是人类接收外界信息的主要渠道。研究发现,我们所获得的信息,来自视觉渠道的多于来自听觉渠道的。也就是说,通过视觉获取的信息总量要大于通过听觉所获取的信息总量。对于影视作品来说,这是否就意味着画面比声音更为重要呢?显然不是。因为电影电视是视听艺术,没有声音的哑剧,很少能吸引观众的兴趣。用行话说就是“没有声音,再好的戏也出不来”。因此,在影视节目中,声音与画面同等重要,并互为支撑。

一般来说,画面可以呈现出丰富的内容,但在很多情况下却无法精准地表明信息。例如,故事背景、发生年代、人物身份、人物内心活动、事件的前因后果和来龙去脉等,这些都是画面较难精准表达的。而针对这些局限,配音员用声音诠释细节与精准信息的长处,就体现了出来。尤其是对于一些画面题材不够丰富的作品,配音的作用就会更显重要。

具体来看,在电视新闻节目中,配音的作用主要体现在通过语言精确地指明事实,



充分描述与现场有关的要素和细节,使新闻画面更为生动翔实,从而更好地传递现场已经发生、正在发生或将要发生的事实;在电视专题片中,解说更多承担的是娓娓道来片中内容,并对细节进行解释说明的作用;在电视广告中,配音主要达到的是诠释诉求、凸显卖点、促进销售、塑造品牌形象的目的。同时,由于多数观众在电视插播广告时并不会主动将注意力停留在屏幕上,因此,特色鲜明、诉求突出、醒耳动听的配音,还能起到吸引注意、强化广告到达率的作用;而为影视人物配音,语言样态则由叙述、讲述、描述、解说等转换为主观角度的人物台词,也就是依据剧情预先设定的前提说人物的话。为影视人物配音,不但能更好地保证影片的声音质量和效果、准确表达人物的情感,还能将外语片翻译成本国语言,方便观众观看和理解。优秀的配音艺术家,更能在不改变原片内容的前提下,用配音为片中的演员补戏,丰富人物性格,使人物形象更为立体和饱满。

三、配音从业人员的职业素养

一件富有美感和内涵的作品,不但能让人欣赏到它的外在美,还能通过艺术化的表现手段,使人在欣赏的过程中体味到其中的内在美。而对一个在影视作品、电视节目中用声音来塑造人物形象、完成节目传播任务的配音员来说,也理应做到声音美的“内外兼修”。具体而言,声音的“外在美”指的是配音员的音色、音质、表达技巧,以及配音的准确、流畅之美;而“内在美”则指的是通过配音传递出的文化、思想、情操、志趣、性格和道德之美。这里所说的配音员要“内外兼修”,就是指声音的外在美和内在美要和谐统一。正如英国哲学家弗兰西斯·培根所说:“把美的形貌和美的德行结合起来吧,只有这样,美才会放出真正的光辉。”

有些从业人员曾提出疑问,配音员难道只需要用声音完成节目内容的配制,准确表达事实并保证录音音质就可以了么?需不需要把配音上升到节目声音形象塑造的高度来谈呢?回答当然是肯定的。电视节目与影视作品的形象是由精美的画面与精准的声音完美结合而成的,就如同我们认知一个人的形象时,也会将其相貌形态和声音形象同时作为评判标准加以观测一样。

形象是各方面素质与能力相结合的产物,并通过各种媒介向外界展示。形象的塑造并非一朝一夕之事,是要经过反复实践与复杂探索过程的。而对配音从业人员来说,明确并掌握应具备的职业素养后,塑造富有特色的声音形象也将不是难事了。



1. 思想政治素养

在以“快乐中国”理念进行频道定位的湖南电视台里,有一句话始终铭刻在每一个传媒工作者心中,那就是“导向金不换”。思想政治素养是媒体从业者各种素质的基础,坚持正确的舆论导向是一切宣传活动的根本。因此,我们必须要有强烈的社会责任感和较高的思想政治水准,这样,我们在为各类节目尤其是新闻类节目配音时,才能准确地体现出党和政府所制定的正确路线和方针政策,也才能更好地反映人民群众的心声。

2. 专业语感素养

专业的语感是配音员所必须具备的。它是塑造配音声音形象的物质基础,也是衡量配音员业务水平高低最直接的标尺。电视新闻节目的配音大都由专门的新闻主播、新闻类主持人负责值班完成配音任务;一般专题类的解说则更多是由播音员、主持人、记者或编导同时兼任完成;对声音塑型能力要求较高的商业广告、频道形象塑造类的配音,一般由类似凤凰卫视的张妙阳老师这类“台声”或“频道声”及专业的广播影视配音员来完成;而对影视人物的声音形象塑造,则更多是由专业演员、配音员完成的。因此,对相关从业者来说,专业语感的训练将是贯穿整个职业生涯的一条主线。

对专业语感的把握,首先要求语言通顺流畅、意思表达清楚,尤其是遇到较长篇幅的配音词时,更要如行云流水般一气呵成,只有这样才能适应每天大量播出的节目需要。倘若语流滞涩,停连、重音把握不准,不但容易造成观众理解的偏差,还体现不出编导的准确意图,也就更谈不上带领观众一同融入到节目之中了。因此,配音员一定要勤于锻炼自己的语言基本功,在大量练习中培养配音解说的语感,做到言语有心、言语用心;同时还要加强吐字归音的基本功训练,做到配音、配心、更配情。

另一方面,我们鼓励配音员在尊重原片、不违背作品原意的基础上,适度彰显自身的语言特色与独特风格。因为语言风格是思想、品德、学识、举止、谈吐、能力、才艺、智慧、志趣和格调等在配音工作者身上的集中表现。因此,在符合节目定位、节目需求的前提下,特色化的声音很有可能就会成为节目符号化的声音,只要勤加训练、用心揣摩,最终将形成品牌化的声音,如同一提起动物世界,我们便会直观地联想到赵忠祥老师的配音解说一般。

3. 文化知识素养

有时配音工作者所充当的角色,就像是一名引导着人们在生活百花园中观光的“导游”,通过有声语言带领受众去认识大千世界、走近各类人物,因而必要的文化知识储备



是配音工作者必须加以重视的。

良好的文化素养，在配音的过程中可以帮助我们更好地理解画面信息与解说内容，从而选择恰切表达画面的感情与技巧，明确地传递出节目所蕴涵的深意。

而在实际操作过程中，有些配音员常忽视文化素养在配音中所起的作用，往往是拿到稿子就开始读，不注意用积累的知识对画面信息与解说内容进行深入体味、细致分析，以致无法演绎出配音稿件的文化内涵，使原本可以成为精品的影视作品平淡无味、黯然失色。因此，我们一定要充分认识自身所处岗位的重要作用和将要发挥的作用，不断提高自身的文化修养和知识水平，融文化素养于声音之中，同时也借助文化素养进一步丰富声音形象，不断在专业道路上提升自我、完善自我。

我们处在一个时刻变化着的社会中，电影、电视作为一种伴随生活、涉及面广、更新迅捷的大众传媒手段，需要配音工作者不断更新所学、开拓思路、与时俱进。只有不断地充实自己，提升自我修养，才能在节目配音的过程中，更好地把握时代脉搏，更加贴近实际、贴近生活、贴近群众。

例如，湖南卫视的丁文山老师在我国电视台配音“千人一声”的现实情况下，结合频道需求、具体节目定位与自身声音特点，打破固有模式，大胆探索出了属于自己和湖南卫视独特的频道声音形象。在为访谈节目《背后的故事》配音时，他融入对人的尊重、对不同人物命运的理解与感受，形成了饱满而富有激情，同时又不失细腻温情的解说风格。最终，使得受众不用看画面，只要听到声音就知道正在收看的是“芒果台”的节目。而这种优质传播效果的获得，除了良好的声音条件与表达技巧外，与其文化素养的积累、感受与理解能力的提升自然是密不可分的。

总的来说，本书将分章节对电影电视节目“幕后英雄”之一的“配音艺术”进行深入浅出的阐述，并根据现有的影视节目案例，深入探讨电影电视配音的规律及方法，以期推动我国的配音艺术实践取得新的成就，优化影视节目的生产传播效果。

