

DIRECTION AND PRODUCTION OF THE  
CONTEMPORARY AUDIO-VISUAL PROGRAM



# 当代视听节目 编导与制作

周建青◎著

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




# 当代视听节目 编导与制作

——

——

DIRECTION AND PRODUCTION OF THE  
CONTEMPORARY AUDIO-VISUAL PROGRAM

教育部新世纪优秀人才支持计划资助



# 当代视听节目 编导与制作

周建青◎著

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

图书在版编目 (CIP) 数据

当代视听节目编导与制作 / 周建青著. — 北京:  
中国广播电视出版社, 2014. 2  
ISBN 978 - 7 - 5043 - 7070 - 9

I. ①当… II. ①周… III. ①电视节目制作 ②广播节  
目—节目制作 IV. ①G222. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 295049 号

当代视听节目编导与制作

周建青 著

---

责任编辑 王 佳

封面设计 丁 琳

责任校对 张 哲

---

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 廊坊报业印务有限公司

---

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

字 数 377 (千) 字

印 张 20.75

版 次 2014 年 2 月第 1 版 2014 年 2 月第 1 次印刷

---

书 号 ISBN 978 - 7 - 5043 - 7070 - 9

定 价 41.00 元

---

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

视听传播是指运用图像符号与声音符号传递信息的一种活动。电影、广播、电视、网络、手机等媒体的相继诞生，使得视听传播的方式丰富多彩，从最初的有画无声的默片到有声无画的广播，再到声画结合的现代影视，视听传播发展史上每一种新样式的诞生，都是科学技术与社会需求合力推动的结果。作为视听传播主要载体的视听节目，从广义上来讲，种类繁多，电影、电视剧、综艺节目、新闻节目、广播节目、专题节目、广告节目、动画节目、谈话节目、体育节目、MV 节目等，都属视听节目范畴。从狭义上来讲，主要是指除广播节目以外声画结合的节目（即视频）。本书所讲视听节目主要是从狭义角度而言的。在新媒体环境下，随着制作与传播视听节目门槛的降低，人人都可成为视听节目的创作者、传播者与观赏者。

近年来，传媒界时常出现“报纸消亡论”、“电视消失论”的说法，我们暂且不去讨论这些观点是否科学，但可以肯定的是以网络与手机为代表的新媒体的蓬勃发展对传统媒体产生的影响不可小觑，正如电子商务对实体商店产生的冲击一样。就电视来说，现在正儿八经坐在客厅沙发上看电视的人主要是些中老年人了，年轻人尤其是80后、90后的大多不在客厅看电视了，他们主要在笔记本电脑、平板电脑、智能手机等屏端上看视频。第32次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2013年6月底，我国网络视频网民达3.89亿，网民中上网收看视频的比例为65.8%。在手机上在线收看或下载视频的网民数为1.6亿，手机视频在手机网民中的使用率为

34.4%。据艾瑞咨询公司发布的《2013年10月网络视频收视数据》显示<sup>①</sup>：2013年10月在线视频媒体播放覆盖人数4.5亿，在线视频媒体总有效浏览时间为34.2亿小时；热播电视剧中，大型古装剧《王的女人》以超过4000万的覆盖人数折桂；热播综艺中，大型户外亲子类节目《爸爸去哪儿》收获了近8000万的观众，位居榜首；电视剧总有效播放时长18.4亿小时，其中覆盖人数超过200万的电视剧共95部，有效播放时长合计12.2亿小时；电影播放总时长为3.2亿小时，其中覆盖人数超过200万的电影共40部。三类不同职业用户中，综艺前两位排名一致。《中国好声音》、《快乐大本营》在企业白领和职业女性中分别位居前两位。大学生对于各类综艺的倾向性均较高，对于《天天向上》和《Running Man》的TGI高达148，最受大学生青睐。受众的分流，对传统电视广告带来了极大的冲击，尤其是2011年10月国家广电总局出台的《关于进一步加强广播电视广告播出管理的通知》，强调要规范影视剧和新闻节目中间插播广告的行为，禁止在片头之后、剧情开始之前以及剧情结束之后、片尾之前插播任何广告。“限广令”的出台，使得更多的广告份额从传统电视流向了新兴媒体。2013年，中国网络广告市场进入快速发展期，预计全年市场规模将过千亿。

新兴媒体广告市场的快速发展与视听传播密切相关。无论是视频网站、门户网站还是新闻网站、商业网站，纷纷重视视频内容的传播。各大网站通过购买、自制或吸引用户上传等途径，不断扩展视频内容，以满足不同用户的需求。搜狐视频买断《中国好声音第二季》网络独播权；优酷土豆推出《神探夏洛克》、《灵界》等百余部英剧；爱奇艺PPS买下湖南卫视旗下《爸爸去哪儿》、《快乐大本营》等热门综艺2014年的网络独播权；PPTV聚力与江苏卫视达成为期两年的全频道独家战略合作，《非诚勿扰》、《一站到底》等节目将独家登陆PPTV全平台。除了购买版权视频外，各大型网站还投入巨资加大自制视频节目的力度，涉及电影、微电影、娱乐节目、短剧等各种类型的视频节目；通过优质视频，吸引更多的网民观看。视频点击量高，流量大，广告客户就多，网站收入自然提高了。

新兴媒体的发展改变了人们观看视频的习惯。在日常生活与工作中，人们除了在影院与客厅观看影视节目外，上下班途中有车载电视、手机电视陪伴；等电梯时有楼宇电视打发无聊的时间；坐火车乘飞机时有视频节目欣赏；去医院看病时有健康电视关照；去超市购物时有购物频道强制推销；走在大街上或广场上，LED视频扑面而来；无论何处上网，网络视频任你点击，视觉盛宴任你享受。可见，新兴媒体的出现，改变了人们观看视频的方式。

<sup>①</sup> 艾瑞：《2013年10月网络视频收视数据发布》，<http://news.iresearch.cn/zt/221473.shtml>

## 二

“编导”是随着我国电视专题片的出现而产生的一种职业岗位，是电视纪实类节目制作中最核心的工作。它主要承担选题、策划、采访、拟定拍摄提纲、后期编辑以及把关检查等节目制作过程中一系列工作。可见，编导工作贯穿于整个节目制作过程，节目质量的高低取决于编导水平的高低。电视节目编导有时也是指从事这项工作的人，有些电视台实现节目编导演制，强化编导的地位及其职责。电视编导是我国特有的称呼，国外只有导演的叫法。在我国，导演一般是指在电影、电视剧、戏剧等虚拟类节目中从事艺术创造工作的一种职务。它主要承担选定剧本、撰写分镜头脚本、拟订摄制计划、组织并指导场面调度、演员调度与镜头调度等工作，把剧本文字内容转换为视听艺术作品。在《现代汉语词典》中，“编导”有两种含义，一是作动词用，指编剧与导演；二是作名词用，指做编剧与导演工作的人。“导演”也有两种含义，一是指排演戏剧或拍摄影视片的时候，组织和指导演出工作；二是指担任导演工作的人。从词义所指范围大小来看，编导大于导演。在我国有近百所大学开设了电视编导专业，在该专业下又分为影视导演、电视节目编导、摄影导演等不同的方向。虽然“编导”与“导演”两者有所区别，但是也有相融之处，在很多情况下两者可以互换。为了便于本书的写作以及保持习惯的称呼，我们把纪实类节目与虚构类节目制作中的核心工作统一称之为“编导”；当然在写作过程中，涉及具体内容时依据习惯叫法来确定是称“编导”还是称“导演”。

## 三

全书分为上下两篇共六章。上篇为基础理论篇（第一章），主要从宏观与共性角度按照视听节目制作流程阐述节目制作中的基本要求与基础理论，主要内容有前期策划、采访、摄录、文本撰写与后期制作等五节。下篇为实务操作篇（从第二章至第六章），主要从微观与个性角度阐述纪录片、专题片、广告片、微电影与栏目剧等五种常见的视听节目编导与制作中必备的方法与技巧。下面对每章内容加以概述。



第一章，视听节目制作流程。不管制作哪种类型的视听节目，都要从策划开始。本章首先阐述了视听节目策划的要求与内容，明晰了策划的过程与方法。对于真实类视听节目来说，采访是基础，接着阐述了视听采访的特点、要求、采访方式与方法。不管是制作真实类视听节目还是虚拟类视听节目，影像角度、运动摄像、画面构图、声音采录是前期摄录中要重点掌握的四个内容。采摄录完成后，文本撰写是诞生节目雏形的一个重要环节，文本中常见的四种结构样式、写作中的要点以及虚拟类节目中分镜头脚本的格式要求等是文本写作的基础。后期制作是决定视听节目质量的关键环节。镜头的选择与组接，视听节奏的处理，声画关系的表现形式，屏幕文字、图表与动画的运用，不同类型特技语言的选用，节目包装与合成等，这些内容是后期制作中提升节目质量的重要因素，在本章中均有较详细的阐述。

第二章，纪录片编导与制作。在概述纪录片内涵与特点基础上，对国内外纪录片发展的现状进行了描述。在对纪录片的选题标准、题材分类、选题来源、选题要求及纪录片的类型介绍之后，着重阐述了纪录片拍摄的方法与技巧；对纪录片中真实语言与虚拟语言的特点与功能、常见的三种叙事方式（格里尔逊式、客观记录式、真实电影式）进行了分析，对新兴的叙事方式——虚构记录式进行了剖析，认为采用这种叙事方式制作的视听节目是纪录剧情片而非纪录片；接着，阐述了纪录片四种叙事技巧。最后从节奏、细节、音乐音响以及视听语言的综合运用等四个方面对纪录片后期编辑的要点进行了分析。

第三章，专题片编导与制作。本章着重于阐述新闻性专题片的编导与制作。在明晰专题片的内涵与特点之后，提出了选题要有典型性、新闻性、导向性、群众性和深度性，然后分别介绍新闻性专题的三种类型：报道型、情感型、理性型，且对近两年获得中国新闻奖电视专题奖及新闻评论奖的作品进行梳理与归类。紧接着详述三种不同类型专题片各自的拍摄方法与技巧，拍摄的重点与要求。在专题片写作中，结合获奖作品总结专题片的写作要求：主题要突出、事实要详尽、背景要充分、细节要感人、叙述要生动、评论要点睛。最后从“内容上求深”与“形式上求活”两个方面详述专题片编辑要点。

第四章，广告片编导与制作。本章首先对广告片的定义、分类、功能、创作原则、创意过程、创意理论等方面进行概述；然后结合具体例子，从广告片文学脚本、分镜头脚本、效果图等方面对广告片文案写作进行具体的阐述。在广告片拍摄中，重点介绍布光技术与方法，以及体现广告拍摄个性的抠像拍摄、停机拍摄、模型拍摄、航空拍摄、高速拍摄与延时拍摄等拍摄方式与方法。在广告片后期制作中，从粗剪、精剪与合成三个环节加以介绍，重点阐述抽象语言与具象语言在广告片后期编辑中的



运用。值得一提的是本章最后一节，就宣传片中的形象宣传片与视听汇报片进行重点阐述，这是教科书上很难见到的。从摄制要求、表现手法、结构方式与编辑方法等四个方面重点介绍城市形象宣传片的摄制要点。结合具体案例对企业形象宣传片的制作过程与方法进行阐述。最后对视听汇报片的制作步骤与要点加以介绍。

第五章，微电影编导与制作。微电影是当前最为火爆的视听节目。本章首先介绍了微电影概念、类型及其特点，接着分析微电影兴起、发展背景及其发展现状，然后就微电影剧本创作要点、叙事策略及其分镜头脚本写法等内容进行阐述。在微电影拍摄中，结合具体例子，从单视点画面营造与多视点画面营造两个方面讲述如何利用影像达到叙事目的。微电影剪辑主要特点是确保流畅的画面叙事，强调无技巧剪辑；其剪辑方式主要有两种：一种是按线性叙述的串联式剪辑，一种是按链式叙述的交替式剪辑。最后从策划准备与摄制完成后两个阶段详述微电影营销。

第六章，栏目剧编导与制作。本章首先对栏目剧的概念、特点与类型进行介绍；然后对栏目剧的兴起、发展背景与发展现状进行分析。接着对栏目剧创作选题、叙事策略及其语言运用等方面作了重点阐述。在栏目剧拍摄中，重点介绍地点场景的选择与设计、人物对话的拍摄等内容。在栏目剧剪辑中，从剪辑点的选取、镜头的组接、轴线原则等方面对画面剪辑要点进行阐述；从主持人解说、人物对话与画外旁白等方面对声音剪辑要点加以介绍。

## 四

随着高科技发展日新月异，影视技术升级换代相应提速：从模拟到数字，从对编到非编，从标清到高清，从真实到虚拟，从磁带存储到数字存储等；影视技术不断更新，视频制作者应该与时俱进掌握新技术，应用新技术。随着“三网融合”的推进与实现，视频产业必将兴旺发达。尤其是目前4G牌照的发放，必将推动移动视频产业的迅猛发展。4G集3G与WLAN于一体，能够流畅地传输高质量视频图像，满足用户随时随地观看视频的需要。4G的发展使得视频应用产品种类日益丰富，视频分享、视频直播、视频社交、微博微信的视频版等类型视频不断涌现，移动视频的商业化有望形成规模化。

我国第一部文化产业专项规划——《文化产业振兴规划》（简称《规划》）的发布，标志着文化产业已经上升为国家战略产业。该《规划》把影视制作、数字内容和

动漫等产业作为重点发展的产业，支持发展移动多媒体广播电视、网络广播影视、手机广播电视等新兴文化业态，推动文化产业升级。《规划》的出台必将对我国视频产业产生积极的深远影响。新兴文化业态的发展最终离不开视频制作。我们不仅要做视频的观赏者，而且要成为视频的主创者与传播者。希望本书的出版有助于提高读者的视频制作能力与视听传播素养。



# 目 录

## CONTENTS

### 上篇 基础理论篇

<b>第一章 视听节目制作流程</b>	/3
<b>第一节 编导前期策划</b>	/3
一、策划与视听节目策划涵义	/4
二、视听节目策划的要求	/5
三、视听节目策划的内容	/10
四、视听节目策划的过程与方法	/13
<b>第二节 节目前期采访</b>	/18
一、采访与视听节目采访涵义	/18
二、视听节目采访特点	/19
三、视听节目采访要求	/21
四、视听节目采访方式与方法	/24
<b>第三节 节目前期摄录</b>	/30
一、影像角度	/30
二、运动摄像	/36
三、画面构图	/44
四、声音采录	/58
<b>第四节 节目文本撰写</b>	/61
一、视听节目文本功能	/61
二、视听节目文本结构样式	/62

三、视听节目文本写作基础要求 /66

四、视听节目分镜头脚本写作 /70

### 第五节 节目后期制作 /74

一、镜头的选择与组接 /74

二、蒙太奇与视听节奏 /83

三、声画关系 /91

四、屏幕文字、图表与动画 /94

五、特技语言 /98

六、节目合成 /104

## 下篇 实务操作篇

### 第二章 纪录片编导与制作 /109

#### 第一节 纪录片概述 /109

一、纪录片概念 /109

二、纪录片特点 /111

#### 第二节 国内外纪录片发展现状 /112

一、国内纪录片发展现状 /112

二、国外纪录片发展现状 /116

#### 第三节 纪录片选题与类型 /118

一、纪录片选题 /118

二、纪录片类型 /122

#### 第四节 纪录片拍摄方法与技巧 /124

一、即兴拍摄：难以预测的拍摄 /125

二、跟拍：重在过程的记录 /126

三、等拍与抢拍：工作态度与专业素养的综合体现 /127

四、纪录片拍摄的两大任务：叙述与表现 /128

五、纪录片拍摄的最高境界：真、善、美三者和谐统一 /129

#### 第五节 纪录片语言与叙事 /131

一、纪录片语言 /131

二、纪录片叙事方式与技巧 /137

## 第六节 纪录片后期编辑 /143

- 一、正确把握纪录片节奏，考虑观众接受心理 /143
- 二、精选细节，以细节感人 /145
- 三、准确使用音响或片断音乐，以少胜多 /146
- 四、综合运用视听语言，达到最佳传播效果 /148

## 第三章 专题片编导与制作 /149

### 第一节 专题片概述 /149

- 一、专题片概念界定 /149
- 二、专题片特点 /151

### 第二节 专题片选题与类型 /153

- 一、专题片选题 /154
- 二、专题片类型 /156

### 第三节 专题片拍摄 /160

- 一、报道型专题拍摄 /161
- 二、情感型专题拍摄 /168
- 三、理性型专题拍摄 /172

### 第四节 专题片写作 /174

- 一、主题要突出 /174
- 二、事实要详尽 /175
- 三、背景要充分 /176
- 四、细节要感人 /177
- 五、叙述要生动 /177
- 六、评论要点睛 /178

### 第五节 专题片编辑 /179

- 一、内容上求深 /179
- 二、形式上求活 /183

## 第四章 广告片编导与制作 /186

### 第一节 广告片概述 /186

- 一、广告片定义与特点 /186
- 二、广告片分类与功能 /188
- 三、广告片创作原则 /189



## 第二节 广告片创意与文案写作 /191

- 一、广告片创意 /192
- 二、广告片文案写作 /197

## 第三节 广告片拍摄 /202

- 一、广告片拍摄前的准备 /202
- 二、广告布光技术与方法 /203
- 三、广告拍摄技巧与方法 /208

## 第四节 广告片后期制作 /211

- 一、粗剪：重在对广告画面的选择与排列 /211
- 二、精剪：重在对广告语言的精雕细刻 /212
- 三、合成：根据不同播出平台合成不同的版本 /218

## 第五节 宣传片摄制要点 /219

- 一、形象宣传片 /219
- 二、视听汇报片 /232

# 第五章 微电影编导与制作 /235

## 第一节 微电影概述 /235

- 一、微电影概念 /235
- 二、微电影类型 /237
- 三、微电影特点 /238

## 第二节 微电影的发展 /240

- 一、微电影的兴起 /240
- 二、微电影的发展背景 /241
- 三、微电影的发展现状 /243

## 第三节 微电影剧本创作 /245

- 一、微电影剧本创作要点 /245
- 二、微电影叙事策略 /248
- 三、微电影分镜头脚本 /252

## 第四节 微电影拍摄 /255

- 一、微电影拍摄前的准备 /255
- 二、微电影拍摄技巧和方法 /256

第五节 微电影剪辑 /264	
一、串联式剪辑 /265	
二、交替式剪辑 /268	
第六节 微电影营销 /270	
一、策划准备阶段的营销 /270	
二、摄制完成后的营销 /271	
第六章 栏目剧编导与制作 /276	
第一节 栏目剧概述 /276	
一、栏目剧概念 /276	
二、栏目剧特点 /277	
三、栏目剧类型 /280	
第二节 栏目剧的发展 /281	
一、栏目剧的兴起 /282	
二、栏目剧的发展背景 /282	
三、栏目剧的发展现状 /284	
第三节 栏目剧剧本创作 /288	
一、栏目剧选题 /288	
二、栏目剧叙事 /289	
三、栏目剧语言 /296	
第四节 栏目剧的拍摄 /300	
一、拍摄前的准备 /300	
二、地点场景的选择与设计 /302	
三、以静态构图为主的人物对话拍摄 /303	
第五节 栏目剧剪辑 /305	
一、剪辑点：准确选择使画面衔接流畅 /306	
二、镜头组接：要有逻辑性 /308	
三、轴线原则：确保方向一致性 /309	
四、主持人解说：起承转合不可或缺的要件 /310	
五、人物对话：生动活泼的交错剪辑法 /310	
六、画外旁白：拓展剧情信息含量 /311	
参考文献 /313	
后记 /317	



# 上 篇



## 基础理论篇



