

編輯學叢書

YINGSHI
BIANJIXUE

影視編輯學

張曉菲 著



河南大學出版社

影視編輯學

SHI BIAN

JI

XUE

YING



133108

(豫)新登字 09 号

影视编辑学

张晓菲 著

责任编辑 菲 友

河南大学出版社出版

(开封市明伦街 85 号)

河南省新华书店发行

河南大学印刷厂印刷

开本:787×1092 毫米 1/32 印张:10.25 字数:232 千字

1994 年 10 月第 1 版 1994 年 10 月第 1 次印刷

印数:1—1500 定价:6.50 元

ISBN7-81041-078-4/G·429

序一

电 影,尤其是电视,现在几乎成了人们最主要的文化享受。它那奇伟的造型、生动的画面、感人的情节以及和谐的音乐和逼真的音响,正在教育感染着家家户户,影视早已遍及寻常百姓家。然而影视是怎样编制的,一般人知之甚少,人们所热道的只是导演超人的手笔,明星绝妙的演技。

晓菲先生的《影视编辑学》,从现代编辑学的角度全面地回答了影视是如何编创出来的问题。一部文学脚本如何通过选景、摄影、剪辑,从而把一个个画面连接汇合成为动人的故事,伴随着美妙的音乐和真实的音响把人们带进一个忘我的境地。曲终影息,人们犹感余意未尽,不禁发出浩叹:感人至深者,莫过于影视。

编辑学是一门近年方始兴起的学科,影视编辑学在我国则更是一门少有人涉足的新学科。要完成

D1108/08

一部这样的著述，作者必须有丰富的编辑学的知识；要深入地研究中外影视发展的历史，了解其现状并尽可能地预见其将来；要熟悉影视编、导、摄录、剪辑、合成的全过程；要有总揽全局，洞察入微的才华。影视制作是创造性的劳动，完成一部《影视编辑学》亦然。

晓菲先生从事编辑工作有年，近来又教授影视编辑学，其广泛的兴趣，深厚的功力，锲而不舍的精神，对于完成这部力作当游刃有余。

新兴的学科有着无限的开拓余地，但因其新兴，也必然有其不尽完美之处，随着这门学科的发生发展，相信晓菲先生会不断吸收，不断充实，不断改进提高，希望当本书修订再版时会层楼更上。是为序。

赵帆声

一九九四年夏月

序二

平时，看电影看电视，我常常被银幕或荧屏上那绚烂的色彩，奇伟的造型，生动的画面，美妙的音乐，逼真的音响效果和感人的故事所打动，或沉迷激赏，或惊叹叫绝，兴奋不已。

因为学过点文学，我崇尚创作，看重著述，便以为影视艺术也像文学作品一样，是某个大艺术家创作出来的。在片头上那一大串署名单上，我往往只顾看作者或原著是谁，至于导演啦，编剧啦，改编啦，摄影啦，音响啦，剪辑啦，制片啦，演员啦等等，看了也记不住。

读了张晓菲同志的专著《影视编辑学》打印稿，有一句话赫然摆在眼前：影视片主要是编辑出来的！虽然这句话是作者从西方引用过来的，但整部

书稿似乎都在阐述、发挥和论证这个观点，像是读解影片中的大特写镜头一样，我先是赫然地读，继而是惑然地解，等到不大甘心地把解到最后，竟慢慢地释然了。

影视片的创制成片，不就主要是通过编辑创造来完成的吗？本书列举了大量的历史资料和现实材料作为论据，按照电影和电视从产生、发展到繁荣、普及的具体过程，讲述了影视片各种镜头的摄录和全片的剪辑或编辑。还从影视片的创意、编剧、导演、摄录、剪辑、合成等制作总体的各个方面，进行分析解剖，论证一切影视片。整个说来，不同于印刷出来的文字作品，它主要是编辑而成的。因此，当我看到“电影是出自剪辑台的艺术”，“电视是出自编辑机的艺术”这些话时，就不再那么惊讶了。

显然，本书所使用的编辑概念，只能从影视片的总体构成角度来理解。以现代光电技术为手段，以胶带磁盘屏幕等为载体 of 影视传播媒介，其创制过程大大不同于以机械印刷技术为手段、以文版纸张为载体的图书报刊等传播媒介。对于这两种悬殊甚大的文化传媒来说，编辑的作用和涵义是大有不同的。一篇文章或一本书，可以说是某人著作的，编

辑则只是对这著作的再加工。尽管这种加工也要付出创造性劳动,但它毕竟是附加到首次创造的著作品上面的,因而是二次性的、修饰性的、校正性的、补充性的劳动。即使那些主要是由编辑编出来的读物,其创造性也是主要表现在对于众多的、个别的、分散的著作品的组织、综合并构成新的整体方面。那一大群撰稿人往往还要作为著者列名于书中。

但是,一部电影片、电视片或一组电视节目,就不能说是某人著作的。而要详细地按照片头所列的分工署名叙说一遍,又太噜嗦。因此,人们常常以编导者的姓名代称这部片子的主要创造人。编导,本意为编剧和指导表演、摄影、制作的人。此书的作者则借用编导一词,涵盖影视片的一切创造工作。在这本书中,作者还特别花大力气分析研究了影片的剪辑工作,认为剪辑就是编辑。从形式上看,剪辑把拍摄好的片子素材,分切剪开,删掉不必要的,选取必需的,然后再编辑组接起来。电影片在剪辑台上完成这个工作,电视片在编辑机上完成这个工作,确实都是编辑出来的。但从深层内容上看,这一系列编辑工作又都是编剧、导演的总体构思的具体实施,是在统一的编导思想指挥下进行的工作。因

此,该书将影视片的编导与剪辑,从实质上统一概括为编辑,是可以理解的。作为更深一层的抽象,这样的概括,也在一个新的高度上反映了现代影视媒体的编辑型态。从而把它与从属于印刷媒体的编辑型态区别开来。

当前,我国编辑学的理论研究和编辑专业的学科建设,正步履维艰地向前行进。各种部门编辑学,如图书编辑学、报纸编辑学、期刊或杂志编辑学的研究,虽然成绩可观,但大多仍是研究印刷文字传媒的编辑。从理论观念上要向现代和未来传播媒体的编辑拓展,受到很大局限。这部《影视编辑学》敢于选择人类历史上最先进的文化传播媒体,探讨其最新型态的编辑,是很有点学术探险勇气的。

此书作者一方面从文化传播媒体历史发展的高度,宏观地考察影视编辑,另一方面又从影视片的立意、构思、摄录、剪辑、配乐、合成等制作过程的逻辑起点,微观地考察影视编辑,在参阅大量文献资料的基础上,还进行了艰苦的摄制现场调查,走访了不少影视实践工作者,把历史方法与逻辑方法结合起来,对当代最新型态的编辑,提出了自己的研究成果,对我国编辑学理论建设提供了新鲜经验

和重要依据,而对影视摄制和播映部门的实际工作者来说,此书则提供了一部极有价值的理论参照系统,那种“影视无学”、“编辑无学”的单纯应用技术观点,那种认为“影视工作者不需要多大学问,只要能扛摄像机就行”的肤浅看法,在这部著作面前,恐怕会黯然失色,难以立脚的。

当然,这本书也像其它许多初创产品一样,还有其不大成熟,不大完善的地方。我以为缺憾之处主要有三:其一,影视作为时间性媒介,其画面、音响,稍纵即逝,其视觉和听觉停留都很短暂。分析研究这类对象,此书用的却是空间性很强的印刷文字媒介,而书稿中又没有影视画面的图片,这就难免会使有些地方讲不清楚,或者使不熟悉影视摄制工作内情的人读解困难。其二,对于文化传播的漫长历史与科学技术高度发展之间的关系,本书做了不少叙述,但对于由此而引起的人类精神生产方式的进步与编辑观念的变化,却没有做出较充分的阐述。荷尔德林认为:人类精神生产之所以越来越平庸,基于两个原因:一个原因是知识的爆炸使知识充分的零散化,没有一种文化精神可使零散的知识一体化;再一个原因是各门类知识的对话与交流都

被现实的交换原则所取代。所以,综合型精神创造还没有找到像分析型精神创造那样光辉的道路。可是,影视文化的空前繁荣,将编辑这种综合型精神创造方式推到了当代人的面前。这不是人类文化史的一个转折吗?倘从这个角度阐述一下影视编辑创造的时代意义,或许会使此书更多一点文化哲理味道。其三,作为一部学术专著,此书在结构安排、论述方法和文献使用方面还有一些地方不太统一,不够精密严格,如有机会似需作些调整和改进。

微瑕不掩辉煌,当前著书不易,出版更难,内中甘苦,也许作者早已自知。上述一己之见,唯愿作者在再版时斟酌参考。

谨此为序。

王振铎

1994年8月4日识

前 言

电 影、广播、电视、电子出版物等等信息传播媒介的相继诞生,为人类的文化传播事业不断地竖起新的里程碑。它们在相互竞争中又相互补充、迅速成长发展、不断完善,共同构织成了当今神奇魔幻般的电子文化世界。电子传播媒介的高度传真性,迅速、及时性常常令人惊讶、新人耳目,尤以其大量的音像制品带给人们眼花缭乱之感。它们共同为今天的文化传播事业开拓出无限广阔的局面。因而,人们把“三 C”技术为传播媒介带来的重大变革,称之为人类传播史上的第三次革命。

人们的信息欲求是与生俱来的。人类的成长,社会的进步,历史的发展,都离不开信息的传播、交流。从一定意义上说,信息的传播交流就是文化。因为,文化是动态的、活质的,是在传播交流中进步和

发展的。文化传播的一个重要的中介环节是编辑，编辑自古就是文化传播事业的前驱、中坚和核心力量。可是，在相当长的历史时期内，编辑为何物却鲜为人知。甚至到了 20 世纪 80 年代，竟还有人把编辑和拉板车的归于一档，户籍登记也非要在“编辑”二字后面加上一个“员”字，写成“编辑员”才觉得顺眼儿的种种笑话。从我国古代第一位编辑家孔子删诗书、著春秋至今，一代又一代的编辑家都像是“隐形人”似的默默劳作着，为人类文化的积累和弘扬，为科学技术的传播和应用，留下了无数宏篇巨制、辉煌典籍，但能如美国的本杰明·富兰克林、中国清代的纪晓岚一样青史留名者却为数寥寥！他们的得以留名，还多半是由编辑业绩以外的因素所决定。直至本世纪 80 年代中后期，编辑才逐渐由隐形走向显形。书籍、报纸、刊物、电影、广播、电视等等信息载体，都堂堂正正地标示出有关编辑的名字。电子传媒的普及化，频频把编辑一词及各种编辑的名字送进千家万户，推到亿万人眼前，使人们在记住大作家、大记者的名字的同时，也注意到了编辑的存在。编辑终于得到了社会的承认，编辑的劳动

终于得到了人们的肯定。一些书、报、刊还专门设立了编辑奖,使编辑有了一定的席位。

什么是编辑?什么是编辑活动?电视荧屏为人们打开真实的图象世界:电视台的编辑室内,编辑正在从事日常编辑活动——编辑文字稿件,编排节目栏目,讨论审选节目内容。同时还可以看到他们在工作间歇,某位编辑用铅笔或脚轻松地打着乐拍。偶尔,有清洁工走入倒换纸篓……这是美国“CNN”电视庄园向大众公开的编辑室内幕情景。它给人们看到,当代编辑型态同以往的甲骨、金石、木板、布帛、竹简,以及铅与火、纸与墨等各个时代的编辑型态有着多大的不同!长时期以来,“剪刀加浆糊”、“伏案爬格子”加工稿件的滞缓、笨重的编辑型态正在被轻灵便捷的电子微机取代。电子化结束了编辑工作的过细分工,电子出版物的各个环节,如总体设计、美工、编校改等等。全可由电脑出版系统囊括,编辑就在屏幕上即编、即改、即校,一份清晰、精美的出版物转眼即成!完全改变了以往编辑工作的封闭、被动状况。编辑型态由古代经近现代到当代,经历了一个由简单(甲骨刻契)到复杂(木板、铅

字印刷),又由复杂(木板、铅字印刷)到简单(电子出版)的过程,完成了一个螺旋式的循环。

今天的文化世界,到处充溢着音像出版物。家庭、学校、各种社会场所,几乎都离不开音像出版物。对于这种出版物,已经有人从创作、编导、录制、合成、传播、电子出版技术等方面做过研究、论述,但从编辑角度做系统研究者尚未见到。本书拟从编辑学角度考察影视等音像出版物是怎么样通过编辑这个中介环节而问世的。当然,要探讨怎样编辑出来好的音像出版物,同时也将提出音像编辑与其他编辑相关的一些问题。还须说明:音像编辑这个概念,不同于通常所说的文学脚本编辑,解说词文字编辑,也不同于通常所说的操作编辑机的技术工作。本书使用这个概念,涵义要稍宽一些,我们指那些对一部音像出版物从选题、摄录、审核、选择、分切连接、编排次序到组合构成等方面的重大问题负责做出决定者所从事的特定工作。这里面包括编剧、导演、摄录、剪辑、合成人员以及编辑机操作人员共同参与的属于编辑性质的工作。因此,音像编辑是有关音像出版物所经过的、由许多人协作

进行的编辑活动过程。职业的过细分工,与专业概念并不完全对应。我们从编辑学着眼考察问题,而不去过多地区分一种专业内的多种职业分工问题。本书仅涉及音像编辑的基础理论,必须在具有一定的抽象性、涵盖面较为宽泛的概念规范下,才能较为全面地考察编辑在今天极其多样的音像出版物中的巨大意义和作用;才能在电子出版媒介的各个环节中探讨编辑活动的种种特征。此外,还必须说明一点:由于音乐唱片和各种录像片的出版,目前尚缺乏专门的编辑审理,几乎完全受制于商业娱乐市场的控制,从编辑学角度看意义不大。所以我们主要探讨影、视方面的编辑活动,不包括私人音像制品的编辑问题,故定名为影视编辑学。

本书是在最初的一个研究课题基础上,结合教学实践,借鉴吸收国内外最新研究成果补充修改而成的。对于影视编辑在音像出版物的产生、发展、变革中所发挥的作用;对于影视编辑在不同阶段所呈现的不同编辑型态;对于怎样做好各个环节、各个方面的编辑技术工作等问题,本书尽量从历史到现状,从宏观到微观作一概略梳理,并论及影视编辑

与音像出版物的当代使命和面临的新的挑战。为了便于从印刷传播媒介与影视声屏媒介传播历史的比较角度,考虑编辑学的有关问题,书末附上笔者曾发表过的两篇文章:《广播电视新闻编辑略谈》、《略论报纸新闻编辑》以供参考。

笔者初次从编辑学的角度踏堪五光十色、急剧变化的音像出版物领域,颇有些“第一个吃螃蟹”者的惶促,不成熟与浅陋处自知难免。同时还须说明:笔者研究这个课题,主要是迫于教学任务,基本上属于“门外文谈”(鲁迅语)。从门外看屋内,很可能对许多东西都没有看明白,很可能因“开荒腔”而贻笑大方。但又不揣浅陋地和盘托出,主要是基于“没有一砖一石就不会有宏伟的大厦。一砖一石虽然微不足道,却也决不能缺少”的认识而为之。

作为编辑学的一个分支,当今影视编辑学是个大为值得关注的领域,笔者愿以此书抛砖引玉,为编辑学专业这座大厦的建构献上一份绵薄。衷心期待方家匡正。

作者于 1993 年冬