

广播电影电视部统编教材

电视画面编辑

何苏六 著

中国广播电视出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视画面编辑/何苏六著. —北京:中国广播电视出版社,1997.8

广播电影电视部统编教材

ISBN 7-5043-3098-1

I. 电… II. 何… III. 电视工作:编辑工作-教材 IV. G222.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 17307 号

中国广播电视出版社出版发行

(北京复外大街 2 号 邮政编码:100866)

地矿部保定地质工程勘察院美术胶印厂印刷

全国各地新华书店经销

*

850×1168 毫米 32 开 7.625 印张 156(千)字

1997 年 8 月第 1 版 2000 年 1 月第 4 次印刷

印数:19001~24000 册 定价:15.00 元

55/07

目 录

引 言	(1)
第一章 电视画面编辑概述	(3)
第二章 电视语言:一种新思维	(17)
第一节 蒙太奇:作为一种叙事语言的由来和发展	(18)
第二节 蒙太奇:作为一种形象思维	(21)
第三节 电视画面的表意特性	(43)
第三章 电视叙事中的时间和空间	(57)
第一节 电视叙事中的时间	(58)
第二节 电视叙事中的空间	(68)
第三节 长镜头:一种特殊的蒙太奇	(79)
第四章 剪接中的一些规则	(99)
第一节 剪接中的匹配原则	(101)
第二节 剪接中的景别安排	(129)
第三节 剪接中运动的表现	(139)
第五章 场面的转换	(149)
第一节 场面转换、划分的依据	(150)
第二节 转场的方法	(153)
第六章 两种类型的剪辑	(164)
第一节 叙事的剪辑	(166)

第二节	表现的剪辑	(182)
第七章	剪辑中的结构	(197)
第一节	电视作品的叙事特点	(197)
第二节	电视作品结构的基本要求	(202)
第三节	电视作品结构的形式	(206)
第八章	剪辑中的节奏	(214)
第一节	什么是影视语言中的节奏	(215)
第二节	影视节奏与镜头长短	(218)
第三节	内在节奏与外在节奏的统一	(227)

引 言

在电视的创世纪里,伴随着电视的每一次进步,机械始终是不可或缺的工具。像电视这样,依靠科技并熟练运用科技来创造艺术成果,可以说是绝无仅有的。加上近些年来电子技术在电视领域的应用,更有人鼓吹电视作为一种媒体应发挥自己快捷、逼真和广泛的优势,记录、干预现实生活。有人因此认为电视在表达方式上只不过是现实的一种“机械式的再现”,难以挤进缪斯的殿堂。这不是一种严谨的认识。

其实无论是善于忠实记录现实的摄像机,还是越来越无所不能的编辑机,其操纵者都是有着丰富经验、丰富情感和丰富想象力的人。他们在记录、表达现实时,除了模拟以外,还会有所传译,有所解释,有所批判。因此,摄像机拍摄下来的画面,已不是现实的原样,而是在他们的想象中,经由他个人的观感和经验在取材上有所选择,而在编辑过程中形成的所谓“再现的现实”,更是注入创作者认识的一种表达。在这里,创作者会依照影视语言特有的语法和规则来重新安排、组合他想象中的现实。尽管创作者认为他想象中的现实和他感觉中的现实一样的真实和重要,其实他心目中的现实已是他主观对照下的客观现实,与生活中的现实有所不同。

本书所要论述的是电视工作者如何在电视编辑这一环节中,依据影视语言特有的思维方式和语言法则,艺术地记录和表现他感觉和想象中的种种现实。

第一章 电视画面编辑概述

本章内容提要

★了解编辑过程在准备阶段、编辑阶段和检查阶段中各环节的主要工作。

★电视作品既要讲求艺术特性,也要注意其作为大众传媒的特性。在编辑时必须充分注意传播规律的作用。

电视画面编辑是电视片创作的后期工作,它是根据节目的要求对镜头进行选择,然后寻找最佳剪接点进行组合、排列的过程。目的是最彻底地传达出创作者的意图。

在普遍意义上,“编辑”一词具有两种含义。一是指一种工种,即编辑机上的操作员,侧重于物理效果,是技术层面上的;二是指创作上的一个环节,侧重于意义的表达,是艺术层面上的。本书论述所涉及的“编辑”主要是指后面这种含义,不过它也常用来同时指创作环节和这一环节的创作者。

与有详尽分镜头脚本的电影、电视剧片的编辑不同,以纪实性为特征的电视片的编辑,由于面对的是一堆杂乱的即兴式的抓取的镜头,这时的编辑过程是创作味很浓的。创作意图的修正和表达,都依靠编辑过程逐步完成,只有好的编辑才能

赋予电视片以生命。各种镜头在未经巧妙地组合统一起来为表达意义或叙述之前,只是许多零碎的片断,构图再美、信息量再大、表现力再强的镜头,若没有认真挑选和进行有意义地编辑,在段落中和成片之前,也只能像一块未经雕琢的玉石,难以展现自身的光彩。只有对它们进行切割、磨洗、造型、镶嵌等过程的整治,才能展现出其天生丽质,供人充分欣赏。这些切割、磨洗、造型、镶嵌等工序也就是电视片编辑过程中对前期拍摄的镜头的整治过程即挑选、切除、组合和排列。它最终给人的不仅是视觉心理上的流畅,更让人从中获得一种积累的效果。这种积累是由于在编辑中融合了巧妙的构思,使得镜头的组合效果往往比多场景段落加在一起的效果更大。在这个意义上说,编辑决不仅只是重造,而是一种创造。正是艺术性和技巧的巧妙结合,使得镜头在组合和排列中完成其功能,并传达出丰富多样的意义。

当然,电视创作是一个综合的复杂过程。在整个创作过程中,编辑工作只是它的后期部分,在此之前还有以下的环节:选题、采访、撰写提纲、拍摄等等,编辑工作是以上这些环节的延续和最终完成。尽管在电视片创作中,编辑是主创人员,人们认为编辑质量的好坏直接影响着节目的质量乃至成败,但是他若离开了其他创作成员,如导演、摄像、灯光、录音和操作人员等等,没有这些人员的合作,编辑也就无所作为。

编辑之前各环节的工作,主要为获取与节目有关的有意义的原始图像素材和原始声音素材所进行的种种工作。它包括对选题的确定,选取合适的采访对象并进行采访,确定合适的节目形式,撰写拍摄提纲,选择符合节目内容与形式要求的

现场并进行拍摄,从而获取符合节目预想效果供后期编辑的图像、声音素材,并在拍摄现场作一些粗略的场记。

要使这些零碎杂乱的原始音像素材最终形成一个能够达到原先设想效果的完整的节目形态,后期的编辑过程也是很繁杂的,因为挑选有用组合、有意义的段落,并根据构思完成叙事表意目的,且有节奏感的排列,每一步都需反复斟酌,几经推敲,而且编辑过程中除考虑画面效果外,还得注意声音的效果。所以说编辑工作本身就是一种系统工程,我们可以用图 1-1 来理一理:

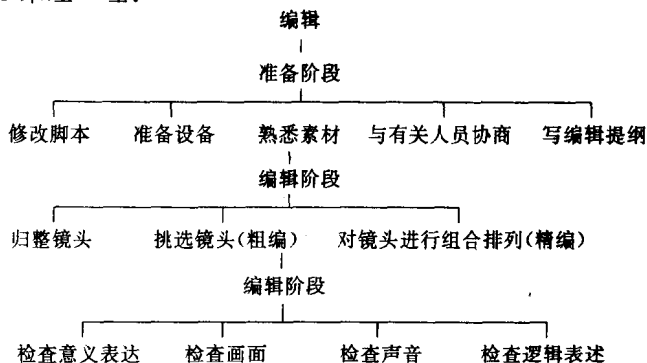


图 1-1 电视编辑的过程

在正式进入编辑阶段之前的准备工作是很必要的,磨刀不误砍柴工,准备工作越细致,编辑时就越省力越有底。

1. 修改拍摄提纲

在实际拍摄过程中,由于采访的不断深入,了解的东西越来越多,加上采访对象也会有新的变化,从而产生新线索,这些因素都会导致拍摄过程中,随时调整拍摄计划和内容。这往

往会使所拍的结果与原来的构思中的拍摄提纲有出入。有些想拍的素材没有拍上,而有些拍到的素材原本没有想到,这就需要在编辑之前熟悉拍摄到的素材并对原有的拍摄提纲作修整,以便使得素材更好地与节目的主题、内容、形式、结构等方面相吻合。

2. 熟悉素材

在开始编辑之前,熟悉所拍的素材是非常重要的。它是对所拍的原始图像素材和声音素材(包括采访和同期声)进行仔细了解和鉴别,并对有用的镜头作详尽的记录,再对照修改后的脚本,根据可用素材建立初步的形象系统。由于电视片的意义(叙事、表意)是通过可视的具象系统来表达的,因此,这一些具象必须构成一个符合影视语言语法的可以完成叙事或表意的意象群落。熟悉声像素材的过程,就应该去感受现有的素材能不能建立起表达脚本内容所需要的完整的意象系统。如果觉得难以支撑,就必须尽早去补拍或通过别的途径去搜索有关声像材料。

3. 与有关人员协调

编辑主要要协调的人员是解说词(或串联词)的撰写者。电视是一门综合的视听艺术,要保持和谐的统一的风格,就得注意各环节的一致性,编辑出的节目的风格在节目形态、结构、解说词、串联词以及音乐等方面都得讲求整体感。另外,电视节目多为安排在某一栏目中播出,编辑节目时必须主动与栏目负责人沟通,以求得栏目总体风格的一致。

4. 设计编辑提纲

这是编辑工作最关键的一环。设计好的提纲是剪接的基本依据,所有的有用素材都得将由这个“纲”提挈起来各就各位。编辑提纲必须对节目的内容、结构、各段落的安排有一个

比较精确的设计和表述。严谨的编辑提纲会给剪接工作带来以下好处：首先它可保证片子在结构上的完整和节奏感，并保证各部分内容在比例上的得当；其次可以保证选用最能表达意义的镜头；第三可以提高编辑工作的效率；第四可以保证节目长度上的精确性。

完成了以上的准备工作，就可以着手正式编辑了。这是编辑工作的最主要阶段，下面就简单论述一下这一阶段的几个步骤。

5. 归整镜头

对所有的原始镜头进行分类和整理。包括给素材带编号，尽可能按照时间或空间的顺序来编排，然后逐个记下每个镜头长度的内容。

6. 挑选镜头(粗编)

不同种类的节目片比(完成片的时间长度与素材时间长度之比)各不相同，不过一般的电视片的片比都会在1：3以上，有的甚至超过1：10。因此原始镜头中的大多数是用不上的，必须进行鉴别和挑选。首先可以排除那些有明显技术质量问题的镜头，然后可依照编辑提纲中所标示的内容进行归类，将不同磁带上的镜头标示在编辑提纲上，这样在编辑时就能很快从磁带中找到所需要的镜头。

7. 对镜头进行组合排列(精编)

到这个时候是要按编辑提纲上的叙事表意要求，一个镜头一个镜头的组合排列，用来表达创作者需要的意义。这里镜头的组合与排列，不仅要注意影视语言的语法规则，更要注意意义的表达，并要通过选择剪接点和镜头的不同长度来创造

最佳的艺术效果。原本零散杂乱的镜头在这里被排列成一个有意义的有机整体,从而使电视创作工作初步完成。编辑人员因习惯不同,有的是一步到位,有的则把编辑工作分为粗编和精编两步。在按内容挑选镜头的同时作一次粗编,粗编的片子往往比完成片时间要长些,粗编完成后再对建立起的形象体系进行感受推敲。最后作一次精编,去除一些多余的镜头或替换一些不合适的镜头,从而达到最满意的艺术效果。

检查阶段对编辑来说是必不可少的。由于编辑工作是个艰苦繁琐的过程,在创作过程中有时会不注意小节,有些小问题只有在完成初步编辑工作之后,静下心来仔细检查才能发现。检查工作有以下四个方面:

8. 检查逻辑表述

叙述是否符合真实性原则,是否符合生活逻辑,条理是否清楚,内容之间的联系是否合理自然。

9. 检查意义表达

结构是否完整匀称,意义表达是否准确,效果是否达到目的等等。

10. 检查画面

剪接点选择是否恰当,符合不符合基本的影视语言规则;有无技术上的失误;运动的把握是否流畅;场面过渡是否自然。

11. 检查声音

质量是否符合技术标准,声音是否连贯,与画面同步与否等。

至此,编辑的任务已算完成。当然作为一个节目的制作,

在此之后还要加字幕，配解说，配音乐，最后还要做片头片尾的包装，以便放入栏目中或与其他节目连接起来播出。从这个意义来说，电视片的创作与别的艺术创作在观念上必须有所差异。电视创作是大众传播的一部分，它的最后价值的实现是通过电视这一传媒广泛传播，为最大量的观众所认可，并产生影响。从电视创作的本质意义及电视作为一种大众传播的特性来说，电视产品都不能像实验性电影或先锋派的绘画那样，追求一种纯艺术，作一种传播意义上的冒险。其实到了机械复制时代，音乐、绘画、电影、戏剧等传统的艺术也都在追求一种大众化的传播，尽管许多时候还不肯去适合世俗的品味，不过从创作者对作品宣传、展示、传播的行为方式上就足以看出，他们对自己作品孤芳自赏的心境已被机械复制时代所解构，至少认同这样一个观念：作品被更多的人认可不是坏事。于是电影（包括实验性电影）都被制成一个个拷贝，从狭小黑暗的观摩室里走出；绘画作品（包括前期性的创作）也愿意被机器复印出来供人张贴乃至出售，而绝不再死钉在画室里的画架上供自己或几个圈内人玩赏，也不满足于在美术馆里展示；音乐曾经是宫廷贵族生活中的一种奢侈品，如今不仅在越来越多、越来越大众化的音乐厅里巡回演奏，更有甚者把它们纷纷灌进唱片、磁带和光盘里，供人茶余饭后随意听闻；戏剧也一样，从原来宫廷享受或民间自娱的功能中解放出来，走上大众化舞台反复演出，或干脆与电影、音乐一样被录制下来、复制出来以便广泛传播。

电视与这些传统艺术不同的一点是，它的产生就是为了“广播”，为了超越时间和空间的界限，让尽可能多的受众得到

信息,受到教育或者娱乐。在商业化时代,各种传统艺术都纷纷与电视这种传媒联姻,通过它来广泛地推销自己。不过,每门艺术的形成都历经长期的积累,都会有许多属于自己深层次的素质,这些东西是不能丢弃和取代的,否则就会失去艺术存在的价值,因此尽管戏剧、音乐、电影乃至绘画时时从神坛中走下来或常常试图与电视联姻,然而最终它们只能是带着镣铐跳舞,为了保存自己的魅力,不可能彻头彻尾地解放自己,最多是偶尔放下架子,放松一下自己。这就与电视与生俱来的大众化的口味截然不同。因此有不少人主张电视难以称为艺术,因为它缺少艺术所需要的想象力和精神上的贵族气质和个性化魅力,这当然是一种偏见。我们不能说所有电视片都可称作艺术,然而在电视片中有不少是称得上艺术的,尤其是最能体现电视独特魅力的纪录片,它完全称得上是一种创作,它完全具有艺术的品格,而且这种艺术是其他任何艺术品无可替代的。当然电视片中称得上艺术的不仅仅是纪录片。它们都兼有艺术的品格,又汲取着电视大众传播的优势。

一部成功的电视片在讲究艺术性的同时,必须兼顾作为自己重要特性之一的大众传播的品性。如果电视片编辑的创作毫不顾及大众化的收受而追求所谓的纯艺术,这是违背电视品性,也是违背大众传播规律的。这样的电视编辑是失败的。

那么电视创作如何适应大众传播规律呢?我们首先来分析一下大众传播过程中的一些规律。

大众传播学理论一般把传播过程分为六个阶段:

一是传播者出于各种目的为公众提供某种信息;

- 二是这种信息是为了满足某一层次公众的需要；
- 三是这些信息通过某种媒介传送出去；
- 四是观众在接受信息时用一种随意选择的方式；
- 五是观众会受到信息的一定影响；
- 六是传播效果以各种不同方式反馈回传者。

可以看出大众传播是一个双向的传播活动,这就要求电视在创作时必须始终考虑观众,注重传播的效果。那些单凭个人兴趣创作编辑的电视作品,对于作为大众传播媒介的电视来说,就像那些丝毫没有使用价值的商品,大众不接受,也就卖不出去,商品价值也就永远实现不了。为此,根据大众传播活动的一些规律,电视创作者要注意以下几点,这几点对于电视编辑来说也是至关重要的:

首先,电视编辑在制作节目时要有真实的内容。讲述一件事或表达某种意义时要做到多层次和立体化,要客观公正,符合生活逻辑,以便向公众提供一种可靠的信息,当然在提供信息时,电视编辑也巧妙地溶进个人的感情和倾向,以完成传播的目的。

其次,电视编辑在制作节目时要有受众针对性。因为任何一个电视节目都不可能对每个层次的受众都顾及,这就要求在编制节目时,根据节目对象的社会化层次(年龄层次、学识层次)做好节目定位。无论是题材的选择,涉及问题的深度,节目的形式,节目的节奏上都要考虑特定受众的欣赏特性。年长者与年轻人,知识分子和老百姓,男性与女性等在题材的兴趣点,节目的形式和叙述的节奏等多方面都有不一样的取舍。编辑电视片时必须考虑这些方面:如今电视节目改革中栏目的

细化、多样化,专门频道乃至专业台的不断增加,还有有线电视家庭服务、卫星广播、视频图文、电子出版物、家用视频等五花八门的电视媒体功能的扩展,都是为专门化受众考虑的,这就要求编辑电视节目时首先考虑的是受众之需求。

第三,电视片的信息的传播手段是电视这一大众媒体,因此在编辑电视片时要充分注意利用电视媒体的特性,如视听综合、线性传播、稍纵即逝、时效性、现场感和生活化等等,要求编辑尽量利用多种视听要素,立体交叉使用,以便更丰满地传送信息。而线性传播和稍纵即逝的传播特性,要求在编辑节目时注意浅显易懂和一目了然,同时还得注意适当的强调和重复。时效性的特性要求编辑节目时要提高效率,以便保证节目的鲜活,同时要随时增强最新的信息动态,以便让受众把握最新信息。现场感的特性要求编辑电视片时能营造一种现场的气氛,让受众有种身临其境之感,力求从素材中找出能充分反映现场情境、信息量饱满、视听元素丰实的画面编入片中,以便让受众感受到事件现场的“场”的力量。而生活化的电视特性要求编辑制作电视片时要有一种平视的生活化视点,不要高高在上,也不要盖棺定论,而要造就一种开放型的结构,让受众参与其间,同时让事件的线索保持一种延伸的感觉,像是生活流让人意犹未尽。

第四,大众传播时观众是以随意的方式接受信息的,这就要求电视编辑在创作时要尽可能使节目能抓住观众,叙述节奏上要层层递进,并尽可能多做节目的宣传和包装。

第五,由于观众接受信息后会受一定影响,这就要求电视编辑在创作节目时要考虑传播效果,让更多的观众对片中叙

述的事件和传达的意义有深刻了解,并形成一种效应,不仅对本节目,而且对以后的节目都形成良好的影响。

第六,大众传播的传播效果是以各种方式反馈回传出处的,这就有利于编辑总结经验,接受教训,在与观众的不断交流沟通中了解观众之所想所需,从而不断改进自己的创作,获取最佳传播效果。

电视创作除了是一个大众传播过程以外,它还是一种独特的视听综合艺术。它用声音信息作用于人的听觉器官,用图像信息作用于人的视觉器官,产生一种综合反应并影响欣赏时的心理。这就要求电视创作使用与电影创作相似的思维方式:蒙太奇思维。这是一种形象化的,在时间空间上高度自由的独特思维方式。当然所谓的高度自由也不是任意的,而是必须在影视语言的语法规则下的自由,而且要满足一种叙事和表意的要求。同是一种形象思维,不同的艺术种类,思维的方法却不一样。文学是通过语言文字的组合来营造种种的情境和意境传达给读者,读者入情入境达到一种共鸣从而完成交流。音乐则通过音符的排列变化塑造出抽象的形象,让听众在线性的流动的音声里,根据自己的生活经验和悟性去聆听感受其间的内涵和意蕴,以其喜为喜,以其悲为悲,终于完成一种发泄,获得满足。绘画则因其是以易变的具象作媒体,尤其是现代派的作品,情绪往往变成一种随意的张狂,不像古典传统的绘画作品易于使人从中感受到一些作者的意图。多数的绘画如果不与时代融汇,很难让人感受到一种力量,不过任何绘画传达思维的,都是种种物质颜料构成的点线面组合排列具象或情绪意气,从中作者表达观众感受其中的意义,哪怕行