

电视节目制作技巧丛书

电视节目编辑技巧

黄匡宇 等著

中国广播电视出版社

编
辑

电视编辑技巧
节目操作模型

电视节目制作技巧丛书

电视节目编辑技巧

黄匡宇 等著

撰稿人

(姓氏笔画序)

江 强	陈 青	周陵琳	赵玲玲
施 建	姚 萍	高 丹	黄匡宇

中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电视节目编辑技巧/黄匡宇等著. - 北京: 中国广播电视出版社, 2002.8

(电视节目制作技巧丛书)

ISBN 7-5043-3946-6

I. 电… II. 黄… III. 电视工作: 编辑工作 IV. G222.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 063896 号

电视节目编辑技巧

作 者:	黄匡宇等
责任编辑:	牟国栋
封面设计:	郭运娟
责任校对:	张莲芳
监 印:	戴存善
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	86093580 86093583
社 址:	北京复外大街 2 号 (邮政编码 100866)
经 销:	全国各地新华书店
印 刷:	河北省高碑店市鑫昊印刷有限责任公司
装 订:	涿州市西何各庄新华装订厂
开 本:	850×1168 毫米 1/32
字 数:	230 (千) 字
印 张:	10.25
版 次:	2002 年 10 月第 1 版 2002 年 10 月第 1 次印刷
印 数:	5000 册
书 号:	ISBN 7-5043-3946-6/J·331
定 价:	19.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

技巧——电视节目创优的必由之路（代序言）

黄匡宇

在电视节目如云的今日，哪个频道的节目不时都有扣人心弦的“对话”推出，往往能留住一大片观众，哪个频道的节目不时都有光影精湛的“画面”推出，往往能锁住千万视线……这扣人心弦的“对话”、这光影精湛的“画面”，概源于电视从业人员孜孜以求于“技巧”的结果。

什么是技巧？《辞海》谓之为“较高的技能，如写作技巧、绘画技巧”。技能，是指“运用实践知识和经验进行有目标活动的的能力”。电视节目技巧，显然是电视从业人员“运用实践知识和经验”实现节目创优的必由之路。中国广播电视出版社的这套《电视节目制作技巧丛书》，以讲理论不烦琐、说实践不空洞的特点为我们的电视铺垫了一条节目创优的必由之路。

什么是技巧？技巧是形式。电视的语言、构图、摄影、策划、编排，它们首先表现为声画兼备的时空传播形式，电视节目传播形式的良莠，决定频道的生死存亡。笔者5年间对3000个受众调查样本研究表明：新闻节目在60秒钟内、综艺节目在90秒钟内、电视剧在120秒钟内、纪录片在80秒钟内若不能在光、影、声、色上给人以耳目一新的形式冲击，观众则会按动遥控器宣判该频道的死亡而另寻“新欢”。笔者的受众调查样本的研究还表明：某一频道的某一节目若能在节目开始的

60秒钟至120秒钟之间以过目难忘的形式留住观众3次，那么，这一频道这一节目往往会成为某观众下次看电视的首选。从上述意义上说，电视节目传播，形式大于内容！有鉴于此，在电视节目摄制过程中，技巧首先孕育的是形式；在电视节目传播过程中，节目首先吸引观众的还是形式。如此说来，我们有什么理由不关注电视节目的形式呢！我们又有什么理由不关注孕育电视节目形式的技巧呢！

技巧，技巧，熟技而生巧。尽管这套丛书融会了作者们诸多理论认识 and 实际经验，电视从业人员读了它，未必能立即成为电视节目制作高手。因为，丛书中的“理论认识 and 实际经验”还有待从业人员长时间的实践与消化。为此，请记住《辞海》的“谆谆教导”：“……通过反复练习达到迅速、精确、运用自如。技能则叫‘熟练’。如刚刚学会写字的人只有写字的技能，必须通过反复练习才能形成书法熟练。熟练的形成既能巩固和发展原有技能，又能形成新的技能。技能和熟练只有在实践活动中，通过勤学苦练，才能形成和发展。”故曰：熟能生巧也！

技巧，技巧，与我何缘？掌握技巧当然是电视从业人员的本分。然而，了解技巧却是观众从“看热闹”的层面向“看门道”升华的必由之路！

有道是：“内容为王，形式是金。”这套丛书从电视形式入手，帮助读者了解电视制作技巧，从形式到内容把握住节目评价标准——这便是电视文化的普及！

2002年春识于暨南园

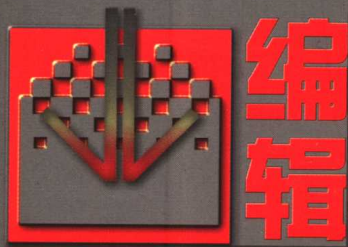
内容提要

本书是一部简要讲述电视通用编辑技术和技巧的读物。

本书重在从人文视角出发，讨论电视节目的编辑技巧，所涉及的电视节目编辑概念，更多的是如何对原始的素材注入文化思考及如何操作。书中创设了一系列简明适用的电视节目结构操作模型。是电视从业人员和电视节目研究人员的理想读物。

电视节目制作技巧丛书

- ★ 开机即是
- ★ 对电视解说词的解说
- ★ 电视节目策划技巧
- ★ 电视摄影创作技巧
- ★ 电视画面创作技巧
- ★ 电视节目编辑技巧
- ★ 电视色彩创作技巧
- ★ 电视音响创作技巧



目 录

技巧——电视节目创优的必由之路（代序言）

..... 黄匡宇 (1)

第一章 电视节目编辑概论 (1)

第一节 关于电视节目编辑 (2)

一、电视节目编辑概念 (2)

二、电视节目编辑的地位与作用 (3)

三、电视节目编辑的主要工作内容与工作流程

..... (16)

四、电视节目编辑工作的特征 (17)

第二节 电视节目编辑人员的素质 (19)

一、电视节目编辑人员职业素质概论 (19)

二、电视节目编辑人员的政治思想品德素养 (20)

三、电视节目编辑人员的知识与业务素质 (22)

四、电视节目编辑人员的美学修养 (25)

本章小结 (26)

第二章 电视编辑系统简介 (27)

第一节 线性编辑系统 (28)

一、系统构成 (28)

二、基本操作	(34)
第二节 数字非线性编辑系统	(47)
一、系统的构成	(48)
二、工作过程	(52)
三、工作方式	(56)
四、系统优越性	(59)
本章小结	(66)
 第三章 电视画面编辑技巧	(67)
第一节 镜头的选择	(67)
一、选择应符合人们的视觉习惯和思维规律	(70)
二、选择应有利于完整、准确地交代节目内容和表现 节目主题	(71)
三、选择应与节目本身的类型特点相符	(71)
第二节 镜头长度的确定	(74)
一、内容长度	(75)
二、情绪长度	(77)
三、节奏长度	(80)
第三节 镜头的组接	(82)
一、什么是镜头的组接	(82)
二、镜头组接的依据	(85)
三、剪接点的确定	(99)
四、运动的组接	(101)
五、轴线规律及其应用	(109)
六、蒙太奇技巧	(118)
七、转场的方法	(129)
本章小结	(156)

第四章 电视声音编辑技巧	(158)
第一节 电视声音的意义	(158)
一、声音是电视节目内容叙述的主线	(158)
二、声音成为电视画面思维、动作、情节的源泉和成因	(162)
第二节 电视语言的编辑	(163)
一、新闻类电视节目语言的编辑要求与技巧	(163)
二、艺术类电视节目语言的编辑要求与技巧	(170)
第三节 电视音响的编辑	(172)
一、新闻类电视节目音响的编辑要求与技巧	(172)
二、艺术类电视节目音响的编辑要求与技巧	(177)
第四节 电视音乐的编辑	(180)
一、新闻类电视节目音乐的编辑要求与技巧	(181)
二、艺术类电视节目音乐的编辑要求与技巧	(183)
本章小结	(186)
 第五章 屏幕文字和特技的运用技巧	(188)
第一节 屏幕文字的运用	(188)
一、屏幕文字是电视节目的重要元素之一	(189)
二、屏幕文字的类别	(191)
三、屏幕文字的传播功能	(195)
四、屏幕文字的构图形式	(197)
五、屏幕文字的运用技巧	(201)
第二节 特技的运用	(206)
一、电视特技常用的手法	(206)
二、动画	(207)

三、特技编辑与电视时间	(211)
本章小结	(216)
第六章 新闻类电视节目编辑技巧	(218)
第一节 消息类电视新闻的编辑	(218)
一、消息类电视新闻特征概说	(219)
二、消息类电视新闻的编辑要点	(221)
三、消息类电视新闻栏目编排技巧	(233)
第二节 专题类电视新闻的编辑	(239)
一、专题类电视新闻特征概说	(240)
二、专题类电视新闻的编辑要点	(243)
本章小结	(248)
第七章 谈话类电视节目编辑技巧	(250)
第一节 电影、广播为电视提供谈话参照	(250)
一、有声电影和广播为电视谈话节目的出现准备了 语言依据	(250)
二、有声电影和广播谈话节目的语言编辑技巧为电 视谈话节目提供了参照	(253)
第二节 电视谈话节目的编辑要点	(254)
一、好的话题	(255)
二、谈话过程的编辑	(259)
三、主持人的角色	(262)
四、现场因素	(267)
五、镜头	(269)
六、背景资料	(270)
七、专题型谈话节目的编排	(271)

第三节 时政信息类谈话节目的编辑	(272)
一、话题的巧妙处理	(272)
二、主持人的平民化	(275)
三、新闻谈话节目的编辑	(276)
第四节 生活娱乐类谈话节目的编辑	(281)
本章小结	(285)

第八章 社教类、体育、综艺类、对象性电视

节目编排技巧

(287)

第一节 社教类节目的编辑要点

(287)

一、社教类节目的定义

(287)

二、社教类节目的编辑要求

(288)

第二节 体育节目的编辑要点

(290)

一、体育节目的定义

(290)

二、体育节目的编辑技巧

(290)

第三节 综艺类节目的编辑要点

(293)

一、综艺类节目的定义

(293)

二、综艺类节目的编辑要点

(293)

第四节 对象(女性、儿童、老年)性节目的编辑

要点

(302)

一、对象性节目的含义与特征

(302)

二、对象性节目的编辑技巧

(305)

三、少儿节目的编辑要点

(313)

本章小结

(315)

后 记

(317)

第一章

电视节目编辑概论

自 1936 年英国广播公司 (BBC) 创立了世界第一座公众电视台, 开始定期播出节目以来, 电视已在不断地探索、前进之中走过了六十多年的发展历程, 实现了在大众媒介中角色与地位的巨大转换, 从一开始的不入流, 到逐渐跻身于主流传播媒介之列, 再到风靡全球, 赢得了越来越多的受众。如今电视已是最为重要的媒介之一, 成为人们工作和生活中不可缺少的一部分。与此同时, 在科学技术的支持下, 电视本身也发生了巨大的变化, 自 1953 年起, 黑白电视陆续为彩色电视所替代; 60 年代, 卫星电视转播逐渐普及, 有线电视开始发展; 70 年代, 录像机武装了电视台, 使电视节目可以大量保留, 节目形式变得更加丰富多彩; 1984 年, 世界第一枚直播卫星升空, 直接从卫星接收节目成为现实; 以后, 又是高清晰度电视的开发与面世。与诸多变化相适应, 电视节目编辑也在经历了机械编辑, 电子线性编辑、非线性编辑几个阶段性的发展后, 进入了理论与方法上的一个新层次。

第一节 关于电视节目编辑

说到编辑、编辑工作，人们想到的形容词总是“为他人做嫁衣裳”、“幕后工作者”、“默默奉献”等等，这成了一般人对于编辑工作占主导地位的观念。在其依附性、服务性被过度强调的同时，编辑工作的创造性与重要性在无形之中被忽略了、被淡化了。而事实上，编辑工作是大众媒介传播过程中不可或缺的重要环节，具有无可替代的重要地位与作用。电视节目的编辑工作尤其如此。

一、电视节目编辑概念

编辑工作是一个整体的大概念，涵盖了编辑部的全部业务工作。既包括前期的准备工作，又指与受众见面前的最后一道工序；既有对报道、节目的全面策划，又包括对个别细节部分的加工；既指对记者等人完成的单个稿件或节目的润色修改、进一步完善，又有独立于原作者之外的直接创造，例如写作串联词、旁白（文字稿、报道词、解说词），配音乐、音响等。总之，这一工作贯穿着媒介传播过程的始终。电视编辑也不例外，它包含了方方面面的工作，诸如节目的设置、编排，对主题与素材的选择，以及文稿、旁白（文字稿、报道词、解说词）的组选、编写，图像、画面的剪辑、组合，音乐的选取和编辑等，都属于电视编辑业务的范畴。本书着眼于讨论电视节目的编辑技巧，所涉及的电视节目编辑概念更多的是指电视播出前的最后一道工序，即电视节目后期制作，把原始的素材镜头编辑成电视节目所必需的全部工作过程，如撰写文字稿本、整理素材镜头、配合语言文稿录音、叠加屏幕文字和图形、编配音响效果和音乐、审查与修改，最后把素材镜头组合编辑成

播出带。

二、电视节目编辑的地位与作用

电视编辑工作是电视传播工作的一个有机组成部分，必须服从于电视台的根本任务。不过，作为一个独立的工作部门，电视节目编辑还担负着特定的任务，在整个节目制作过程中发挥着不可替代的重要作用。电视节目编辑必须通过对素材的选择、加工，把好的内容组合成优秀的电视节目版面，奉献给受众。在这一过程中，电视节目编辑承担了再加工的任务，起着把关与中介的重要作用。

（一）电视节目编辑担当总合成工作，对节目素材进行再加工，使节目得以最终成形

电视节目经过了策划、摄制等工序之后，还只是一些零散素材的集合，大量的整理与加工工作，都要靠编辑来完成。首先是对素材进行认真整理、取舍、增删，然后要进行加工、修补、串联，使其成为一个整体，并加以完善。一个电视节目，不可能是几个人策划、采访一下就能做成的，编辑人员的工作在节目制作中占据了很大比重。是他们将摄像采访、文字写作等人员的劳动汇总起来，最终编出赏心悦目的电视节目。编辑工作是一个总体整合加工的工作。如果没有最后的编辑工序，即使有再好的节目素材，也只能是一些散落的珠子，缺了编辑这根串珠的丝线，它们就无法成为美丽的饰品。

不仅如此，电视节目编辑还是对已经摄录的材料进行再加工、再创造的过程。记者前期采访、拍摄的成果，对于他们自身而言是一种最终产品，但到了编辑手中，还只是加工的素材。他们首先要按照一定标准对素材进行筛选，这本身就是一种追求新颖性、深刻性的创造过程；在加工中，编辑则把这种创造付诸具体实施，通过对声音、画面等各个要素的编辑，对

文字稿的润色,以及写旁白(文字稿、报道词、解说词)、串联词、评论,直接进行创造。此时,编辑工作已不单纯是一种技术加工程序,而是一种提炼与升华。同样的电视素材,经过不同的编辑之手,就可能会编出风格完全不同的节目。BBC电视经典教材《开拍啦》中列举的一个例子(表1-1、1-2)就充分说明了这一点。

这两个版本,就是对相同的素材用不同的思路编辑出来的。第一个版本是按照事件发展的时间顺序来编辑的,在一个工厂的场景镜头之后,从该工厂的老板怎么想到办这个厂、工厂的效益情况讲起,然后讲到他们如何想到用做早操的方法来提高工人的工作效率,在这个过程中出现的画面一直是工人们在做早操,最后才接上工人们对此做法的评价。第二个版本的时间、空间节奏有很大的跳跃性,一开始就展示出工人们做早操的画面,并用“是业余艺术家吗?还是在教演奏?也许是上健美课吧”的旁白来引起悬念。在简单介绍工厂的情况后,就开始让单个的工人谈他们对做早操的看法。最后是通过一问一答来结束的,旁白提出问题:“那么,这个体育锻炼最后是不是真的使生产增长了呢?”用对生产科长的采访作为结尾。两相比较,第一个版本比较呆板;第二个版本则曲折跌宕,有悬念,有问答,层次清晰,更有节奏感。毫无疑问,如果让观众选择的话,他们会喜欢看第二个版本。至此,我们不难看出,相同题材的不同编辑产品,体现出的是编辑思路的不同和编辑水平的差异。

BBC 电视经典教材《开拍啦》“体育锻炼

表 1-1 有益于提高生产效率”报道 (版本一)

镜头序号	镜头景别	镜头运动	画面内容	声音内容
1	近	固定	一个气垫的侧面, 中心是拉链入口, 一个女工走过来, 蹲下去, 拉开拉链, 钻进去了。	旁白: 有一家新建的工厂, 这个厂想了一个使工人精力充沛的新方法。
2	全→近	推	汽车从右边开进画面, 由小到大, 直至车前灯的特写。车停稳之后, 车门打开了, 一个人走了出来。	旁白: 经营这家工厂的老板是安德鲁·布朗。他过去是搞汽车行业的, 可是他怀疑汽车工业能否保持长期繁荣。
3	特	固定	老板讲话时的面部特写。	老板: 在我考虑该干什么的时候, 我碰巧看了场电影, 片名叫《毕业生》, 影片中有个人说: “你想干什么, 你知道吗? 有一件事你应该做, 有一个词我得告诉你, 就是‘塑料’。”
4	中	固定	一个充气的柱子向我们倒下来, 女工人蹲下来检查柱子底部。	旁白: 安德鲁就开始干起塑料行当来了。