

计 算 机 辅 助 设 计 系 列 丛 书
与 图 形 图 像 制 作

Adobe Premiere 4.2

实用技巧

陈元阶 编著

机械工业出版社

CMP

计算机辅助设计与图形图像制作系列丛书

Adobe Premiere 4.2 实用技巧

陈元阶 编著

机械工业出版社

本书详细阐述了影视制作软件 Premiere 4.2 的各项功能、使用方法、操作技巧及其制作实例。全书共为 8 章,分别介绍 Premiere 4.2 的基本概念,窗口,编辑影片,过渡、过滤和运动效果,制作高叠和标题,预览影片和转换,捕获视频,影片制作精例等。

本书适合于从事影视编辑工作的专业技术人员、有关院校的师生及广大的计算机爱好者使用。

图书在版编目(CIP)数据

Adobe Premiere 4.2 实用技巧/陈元阶编著.-北京:机械工业出版社,1998

(计算机辅助设计与图形图像制作系列丛书)

ISBN 7-111-06361-9

I. A… II. 陈… III. 图形软件, Premiere 4.2 IV. TP391.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 12050 号

出 版 人:马九荣(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑:蒋 克

昌平环球印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

1998 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16·8 印张

印数:0001—6000 册

定价:15.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

序言 对电子出版物制片人机制的探讨

一、制片人的提出

电子出版物(指多媒体光盘类,下同)其交互式的信息提供,极大地改变了以前人们面对音像、影视节目只能被动接受,而自由选择度受到种种局限的状况。它所提供的大量文字资料,又使其具有书面出版物的特长,弥补了以往音像、影视出版物在此领域的不足,成为世界性朝阳产业。

电子出版物作为综合艺术,其出版一般为如下流程:

选题论证→总体策划→组稿预编→文本编创→程序结构→总体合成→样盘刻录→复制发行

由于电子出版物是以高科技为依托的新兴产业,出版社多数不具备自行开发制作电子出版物的能力,若依靠电脑公司,则在管理环节上,出版社的一套体系根本没有可能实施。若是电脑公司涉足这一领域,则可能计算机人员、音效配制人员、美术设计人员和文字创作人员等多样化人才在各自分工的领域都表现出强烈的思想创意,他们的工作方法及思考问题的方法呈现巨大差异,传统的软件开发方法已不再适用。

加快这些管理矛盾、思想碰撞、技术冲突等,一套全新的管理模式制片人应运而生了。

根据一些多媒体出版公司的实践,制片人机制值得推荐。

二、制片人:一种全新的管理模式

(一) 制片人的界定

所谓制片人,就是通过能创会制、技高艺精、审美趣味高的项目主持人来串接一个项目自开发到市场的整个过程。该项目主持人不仅对开发中的各环节负责,更对产品的市场负责。

在制片人制度下,制片人自行选题,制定包括立项内容、技术含量、人员配备、开发成本等的综合方案,全面负责产品的设计、制作和品质检查。

制片人的工作涉及选题策划、媒介构思、文字加工、画面音带的剪接处理等。一般情况下,他应承担台本的编写,完成所表达内容的组织。他主人式的、有思想、有灵魂、有个性地从事编辑工作;他不是个掌握单一知识和技术的机械操作员,而是思想的提供者,又是思想予以实现的主要实施者,是具有多方面文化素养的人。其他工作人员必须在制片人的思想个性、艺术个性、审美趣味指导下进行二次创作。离开制片人的艺术水平、思想水平,很难有其他人员二次创作的成功。

目前,一般公司对每个项目实行总经理负责制,制作部、策划部、市场部围绕着总经理的思想转,走的是一条行政领导之路。由于总经理不可能有足够的时间、精力与智慧参与到每个项目的从策划到台本、制作、宣传,致使总经理名义上对所有项目负责,实际上却无法对每个具体的项目负责。实行制片人机制,则是避开行政统率的老路,确立一套专家决策体系,以专家身份

出现的制片人对其特定项目从策划到台本、制作、宣传均胸有成竹并指导操作,制片人有足够的精力与能力管理好其负责的项目。

制片人从何处产生?由于制片人制度正确处理了诸种关系,它实际上是一个不拘一格降人才的制度,鼓励着具有较强组织协调能力、有较好的市场感觉的优秀人才的涌现。

(二) 编创队伍的建设

电子出版物与一般的电脑编程最大的不同在于,电子出版物的台本对电脑工程师的制作起着直接的指导作用。工程师是按照编创的台本要求进行制作,因此,从制作体系来看,文本与编程是光盘的基础,文字编创和结构工程师就必须想在一处、紧密配合。但二者由于思维方式和运作技术的固有差异,合作起来困难很多。由于技术的使用,计算机工作人员更容易得到重视,而编创处于被动的地位;甚至有些制作单位,连专职编创也没有,就是工程师或美术人员临时写一个台本,然后照着作,编创人员与制作人员混为一团,这是没有把握电子出版物本质规律的一种表现。在这种情况下,产品质量无论是思想性还是表现形式,都可想而知。

电子出版物编辑集图书编辑、报纸编辑、广播编辑、电影编辑等多种编辑方法之大成,在制片人制度下就要特别注重编创队伍的建设,将编创人员与工程师设置成并行的两条线,确保编创对工程师、美术人员的工作进行检查。电子出版物虽主要借助于电脑多媒体技术,但它毕竟是出版物行业。正如影视业、报刊杂志业一样,这些行业是得依靠技术人员,但是技术、技术人员都是为特定思想服务的,灵魂仍是这些行业中的编辑、记者们。电子出版物虽有其特殊性,但出版业的共性仍然存在,即灵魂是思想的提供者:编创。

当然,也要防止工程师从属于编创,这样做是不对的。因为编创可能不太懂技术,又不直接从事制作,各流程还有一个在制片人领导下的再创造。

现任清华大学光盘国家工程研究中心艺术总监的刘一中提出电子出版物制作“在产品综合制作环节上应以艺术家为主导”及在“总体艺术表现上应以‘视觉第一’为原则”的观点。这种观点目前比较流行,但美术人员的创作是遵循台本的思想而展开的,一旦脱离台本天马行空,也就失去了再创造的意义。因此,电子出版物在艺术表现上,要克服“视觉第一”的偏颇,走上“思想第一”的大道。

编创不仅要熟悉内容,富有创意,更要能理解多媒体的树状或网状链结,非线性发展方式和交互表现功能,否则就会降低光盘的价值;工程师则要不仅精通多媒体技术,更要具有较好的文化艺术修养和对主师的深入理解,否则就会搞得项目机械呆板;美术人员应充分听取编创的艺术设计,进行二次创作。

培养一名优秀的编创比培养一名工程师更难,而造就一批优秀的编创,既是职能分工的必要,更是电子出版业蓬勃发展的前提。

(三) 稳住中间,抓活两头

运作制片人机制,应有一个基本规范,即稳住中间,抓活两头。

中间,指制作部,包括工程师、美工、制作员、音效师,他们属于直接的制作人员。

在运作制片人机制时,应充分调动他们的积极性,克服他们因趣味性不同而形成的矛盾与内耗;在制作质量、周期上加大奖惩幅度。

抓活两头,即由制片人牵头,抓活编创部与策划、市场部。

编创与制片人共同承担项目的市场风险,对编创实行风险机制,是抓活两头的第一头。制片人与编创的合作关系无非两种:立项上,制片人要么独自策划,编写台本,要么与编创共同确定。因此,抓活编创部,确立市场看好的项目,便是制片人应予关注的焦点。

抓活的第二头是抓活策划、市场部:制片人全面提出其项目的市场开拓与宣传方案,并足以推动策划、市场部的协调运作。

从欧美电影大国特别是好莱坞制片人制度的历史看,该制度一方面约束了一些艺术家的创作个性,另一方面也为许多有才华的制片人创造了十分理想的工作条件,使他们拍出了一批思想和艺术上都有价值的优秀影片。现在,在电子出版物领域实行与影视制片人相近的这一制度,同样将产生一批优秀的精神产品。

三、产品开发:竞争的起点与终点

中华文化源远流长,古籍浩如烟海,加上现在每年出版的近10万种图书,近万种音像制品和1万多种报刊,这些都是制作电子出版物得天独厚的资源。

(一) 出版社的主体地位

出版社拥有丰富的信息资源,一支业务水平精湛的编辑队伍,在发展电子出版物方面具有不可比拟的优势。出版社与计算机公司合作,利用双方的优势发展电子出版物,必将对我国出版事业作出不可估量的贡献。

欧美电子出版业发展较快,主要得力于出版业与电子行业积极合作;而日本电子工业虽强,但电子出版较弱,便主要受制于出版业的患得患失。从目前来看,国内尚未克服长期形成的图书编辑和电子出版分道而行的弊病,出版界对电子出版还有一种说不出的恐惧症。

出版社要改变目前被动的局面,首先要解决人才的缺乏问题,一方面引进更多的摄影、创作、美术及音乐专业人员,特别是项目策划人员加盟;另一方面,更要注意培养自己的专业制作人员,尤其是要多培养擅长包括软件应用在内的两项以上专业技术人才。

其次是出版要上规模,争取达到年产30种左右光盘。只有这样才会有市场规模。有限的产品只会造成成本浪费,市场的大浪会将它席卷得无影无踪。

电子出版物的开发成为出版社跨世纪发展的新标志。

(二) 选题与制作

电子出版物选题多,实际做起来真有特色和市场的选题并不多,只有那些能充分展现多媒体综合性、交互式特点的内容才有开发价值。最初的多媒体产品着眼于研究和信息,比如电子百科全书。

市面上百科全书光盘,各家竞相比较图片的数量,影片动画的多寡,使光盘成为传统书籍出版品的另一种媒体形式。这种竞争取向是不妥的,这类产品已经成了非主流。电子出版物不能仅停留在百科全书的水平上。

以文学作品为母本改编电影,在欧美以至世界许多国家都是电影制作的主要方法,历届奥斯卡最佳影片中,四分之三改编自文学作品。将文学作品改编成电子出版物,是未来的主要方向。

音乐光盘的出版在一年前由于未解决压缩技术,因此其制作是不可想象的;但今年以来,

压缩技术有了突破性的进展,650MB的光盘已经能压缩存储百余首歌曲,这是音乐CD根本无法比的;再加以可复制性等,这一切都对任何一个电脑使用者产生了无穷的诱惑。因此,在完全可以预料的短时间内,音乐光盘软件会以铺天盖地之势扑向音像市场,扑向每一个电脑使用者。音乐将成为最具市场潜力的选题之一。实际上,音乐光盘已经成为盗版者的天堂。

目前,还有两个棘手问题增加了选题的难度和风险,一是大家争先恐后地往某些热门选题挤,撞车越来越多;二是由于出版单位专业分工细,占有选题资料者缺乏出版条件,具备电子出版条件者很难处理选题资料众多的版权关系。

随着电子出版物的成熟,热门选题与空白区会越来越,真正的竞争将完全转化为同类产品质量上的一比高低。

(三) 媒体融合与交互的剖析

早期多媒体中的各项技术都可以单一使用,但很难有大的作为,如单一的图像、声音、交互技术等。有静态的图像而无动态的视频,仅有语言而无图像等,这种信息空间的不完整,限制了信息的有效利用。

电影、电视中,音响起着十分关键的作用,甜美婉转的歌喉会使影片增色不少;没有声音,看电影、电视就失去了它的大部分乐趣。周璇成功的演唱《天涯歌女》,是马路天使这部电影取得巨大艺术成就的重要因素之一。运动的图像没有音乐是无意义的、无色彩的;静止的画面添加了音乐却是令人流连忘返。电子出版物中配音、MIDI音效的渲染,会紧紧抓住消费者的心。

图像直观,一目了然,信息量大,有时一幅图画胜过万语千言;动态的影像视频和动画则更生动,更能反映事物的本质和内涵。中国古代最伟大的思想家孔子对文学作品提出了一个评价的范畴:文与质。他说:文质彬彬,然后君子。电子出版物中文是色彩、图画,质是知识、思想;文与质上要注意避免两种倾向:质胜文与文胜质。质胜文,则会质木寡文,光有知识、思想,缺乏色彩;文胜质则野,徒留繁华,思想内容会被掩饰掉。文与质的大乘境界则是:文质彬彬,然后君子,既要有思想、知识,又要充分利用各种好的表现形式。

电子出版物的交互性也应充分剖析:我们的大脑并不以线性方式工作,是从一个概念跳到另一个概念。而以前的影视媒体是线性组织,对其内容的任意阅读受到许多条件的限制。书本虽是线性组织,但却能保证读者对任何章节段落都可以随时翻阅,读者对阅读时间、地点及快慢速度都拥有极大的主动权、交互性。线性组织的外壳恰恰具有全面交互的本质,这就是电子出版物应向书本靠拢的根本原因。

交互性的本质是使用者的课件的提示下,产生了表达思想的愿望,希望课件对其表达的思想予以辨识并反馈的双向性交流。它是以确认使用者的思想为出发点的。

从数据库中屏幕化某张照片、声音及文字材料,这是初级交互作用;通过交互使用户介入到信息过程中,是中级交互。当使用者完全进入到与信息环境一体化的虚拟信息空间,自由遨游时,这才是交互的高级阶段。

我们评判录相教学、电视教学的不足,就在于当教学者提出问题试图考察学习者的思维方向或当求学者试图进一步求教时,却被时空阻隔,无法即时得到反馈与确认。正是由于录相、电视教学的这一致命缺陷,才使电脑教学成为课堂教学之外的又一重要方式,其即时交互的特性也被提到空前重要的高度。而现在各种电子出版物的交互性被低俗化为课件等待使用者的点动,然后电脑提供新的信息、交互成为机械性的点键。不断的点键成为繁琐的、令人厌烦的事

情,学习的乐趣、进一步学习的可能受到极大的挫折。这种交互实际上是遗弃了对学习者的思想予以考察、反馈这一交互的本质。

电子出版物使用者哀叹:真不如看一本书。

(四) 教育类产品的开发

多媒体电脑以空前速度走入千家万户后,很大一部分用在儿童家庭教育,儿童教育产品应是开发的关注点。

教育专家认为人类学习是通过眼、耳、鼻、身体等感官把外界的信息传递到大脑,经过分析、综合从而获得知识。多媒体教学光盘使用文字、解说及编程技术来实现传统教育方法,训练使用左脑,培养学生的抽象思维能力;同时运用音乐、图形、动画影视来开发学生的右脑,培养学生的形象思维能力。在学习中,左右脑并用、和谐发展;再予以学习的机会,即以交互式练习,使学习者真正参与到教学中去。所以多媒体光盘在教育中的生命力就在于全面发展了学习者的形象思维和抽象思维能力,大大增强了学习者的主动性和学习过程的生动性。

人民教育出版社教材编写组组长、历届高考命题组负责人胡长江,国家光盘技术研究中心主任、清华大学教授单清龙认为:教育软件的优越性,对教育影响是全方位的,它将解决教育改革方面的难题,如素质教育、个别教育、成人再教育等。教育软件将用它的强大优势去解决传统教育所不能解决的问题,它还形成自己的教育风格,给教育提供新的消费。

寓教于乐的儿童教育类光盘的需求量,在国外一直居于较高的水平,在国内则呈快速上升的趋势。

(五) 产品定价策略

只有需求达到一定的规模才能形成市场,电子出版物最大的市场在家庭,而要使家庭欢迎,产品必须丰富多彩又价格低廉。在国外,电子出版物一般定位在一顿工作餐的价位,如美国30美元左右,日本几百日元上下;而我国多数在60至150元,用户认为这个价格偏高,合理价位应在30元左右。

由于国内引进的压膜光盘生产设备在1993年时就已经能够大量复制CD光盘唱片,计算机光盘可以用这些设备进行大量生产,不需要再进行设备投资,单价价格完全可能达到与CD唱片相同。现在电子出版物的价格一般不冲100元大关,这无论对开发商还是消费者都是一件大好事。

随着电脑热向一般市民家庭的扩展,消费者在急剧增多,电子出版物开发单位的产品销售绝对总量攀升,规模销售必然导致价格下调。谁最先放开价格的洪闸,谁就是在浇灌播种的沃野。

缺乏哲学导向,知其然而不知其所以然的经验主义会影响真正的事业开创。电子出版物制片人模式不仅是一个长期实践的问题,更是一个在理论上需要加以论证的方法论问题。

只有电子出版物事业的壮大,影视编辑才会有用武之地。《Adobe Premiere 4.2 实用技巧》一书与广大读者见面了,大家在苦练之时千万别忘了对电子出版物事业的关怀,故以此文为序。

古希腊哲学家柏拉图说:美是难的,我们说,经营是难的!

简述 影视王国的明珠——Premiere 4.2 介绍

1995年,《玩具总动员》在世界电影诞生100年时,征服了数十亿观众,它以长达77分钟的电脑动画特技为电影史揭开了新的一页。从经济利润的角度来看,该部影片花了3000万美元进行制作,换来1亿7千万美元的票房。以电脑作为影视制作与编辑的最主要的工具体现了无可比拟的优越性。此后,Adobe公司的影视编辑软件Premiere 4.0及升级版Premiere 4.2随即风行世界,成为影视编辑软件王国最璀璨的明珠。影视界专业人士及非专业人士皆以掌握此软件作为晋升的法宝。

电脑软件参与影视主要包括两大领域:场景的生成与场景的编辑。首先,电脑的引入,极大地动摇了“电脑画面从来都是拍摄出来的”这一成见,它表明除了手绘、拍摄之外,还有第三种生成电影的方式——电脑生成影像。在《玩具总动员》中,所有的事物、玩具、场景,都处在一个实际的空间里,从暴风雨到美丽的黄昏、树木、草皮,乃至电线杆、人行道,都极具真实性。这些影像的生成,所使用的工具软件主要是3DS等。关于此类软件的介绍书已有很多,著者不再详论。

电脑强力插入影视的另一大功能就是影视编辑。由于多媒体电脑的诞生,文、图、声、像各种信息全部实现了数字化,使得影视编辑完全可以在Premiere等编辑软件的强大功能之下进行信息综合处理。人们只要坐在一台多媒体电脑面前,轻松按动键盘或鼠标,就可以做完以前在摄影棚、剪接室和录音棚里的几十道工序的活儿。

影视编辑是将人工拍摄的胶片影像(录相带),在多媒体计算机中经过Premiere软件进行转换与捕捉,存储成数字化的信息,然后根据创作意图对图像信息进行各种各样的加工,包括与电脑自己生成的图像合成,然后再经过数字信息的转换处理,复制到录相带上,成为最终完成的影片(这些在本书中都有介绍)。影片中的各种声音,也可以经过以上各道程序,由Premiere来处理,包括加工、创造和混录。当然也可以用声音的专业软件SoundForge进行处理,再调入Premiere。Premiere提供的非线性编辑系统使得传统的、直接在胶片上剪辑的方式跌进了太平洋。

影视编辑软件,特别是Premiere 4.2大行其道,最重要的一条是它具有很大应用市场,完全将影视制作由高不可及下放成来到人间的白雪公主。

一、揭开了影视制作的神秘面纱

以前电影、电视制作是大公司、大财团的事,一般人是无法问津的。但Premiere的推出,使得一般有兴趣介入影视制作的人士都有了小试身手的可能。将通过对该软件的使用,打破以前觉得影视制作无比神秘的幻觉,于是高兴地说一声:影视制作,原来简单如此!

二、市场潜力巨大

广大工商企业都要全方位、立体地介绍自己的企业形象及产品,但以前都只能依赖电影制片厂或电视台,影视广告花费巨大。由于Premiere的问世,使得影视广告的制作不再只能依靠

制片厂或电视台。电脑影视广告的制作花费极低,一般性广告公司都将竭力扩展这方面的制作能力,以图获取以前不敢企及的高额利润。而工商企业面临电脑广告的低价位与此种广告的良好市场回报,无疑会将广告的重点转向电脑影视广告之上。因此,工商企业的电脑影视广告制作的需求,为 Premiere 等软件提供了极大的市场潜力。

三、新的就业机会

由于中小企业对影视广告的需求巨大,广告公司便会充分吸纳掌握 Premiere 等电脑影视制作的专业人员;多媒体电子出版物迅速为读者所接受,也使得电子出版物公司广招影视制作人才。而目前此类专业人才如贵重金属般极端缺乏,因此,尽快掌握 Premiere 将是就业与晋升的不二法门。

在香港,一秒种的立体动画编辑、制作,价值 1 万港币。你是否准备投入学习 Premiere 呢?

Adobe Premiere 4.2 作为功能强大的数字影视制作编辑工具,能实现视频、动画、图像、文字等的制作,将电脑中所制作的影视文件输出到录相带上。电脑平台下的影视编辑已经成为最热门的职业,迎合电子出版物界从业人员急于精通此软件的需求,作者熬沥心血,著成此书,供广大影视编辑爱好者揣摩学习。

本书共分 8 章,内容分别为:

第 1 章介绍 Premiere 4.2 的安装与影视制作的基本概念;

第 2 章讨论运行 Adobe Premiere、在窗中组织视频;

第 3 章包括编辑视频节目的一些基本技术;

第 4 章讨论视频的过渡、过滤和运动效果;

第 5 章介绍在视频中制作高叠和标题;

第 6 章介绍预览影片和向录相带的转换;

第 7 章介绍有关视频捕获的技巧;

第 8 章详解影片制作精例。

这本书的完成实在应该感谢我的学生熊杰小姐,是她促使我产生了写作本书的念头,又是她无微不至的关心与激励终使本书得以完成。

至诚希望本书的读者能工作开心,薪酬高高。

陈元阶

1998 年 4 月 6 日

于深圳开明阁

目 录

序言 对电子出版物制片人机制的探讨	
简述 影视王国的明珠——Premiere 4.2 介绍	
第 1 章 基本概念	1
1.1 Premiere 4.2 的安装	1
1.2 创建一个新设计和调入片段	6
1.3 在结构窗汇编片段	8
1.4 预览电影	10
1.5 在片段窗中整理片段	10
1.6 在连结部位剪切片段	11
1.7 加进过渡效果	12
1.8 向片段提供过滤效果	14
1.9 用 Previews 命令来预览过渡和过滤效果	16
1.10 在 S1(高叠)轨上添加一个高叠效果	17
1.11 给电影加声音	18
1.12 汇编和演示最终的电影	18
1.13 用 Print to Video 方式演播电影	20
第 2 章 走向窗口	21
2.1 用 Project(设计)窗工作	21
2.1.1 选定设计窗的预设	21
2.1.2 确定或修改设计窗预设	21
2.1.3 添加或修改预设	21
2.1.4 设置时间基数	22
2.1.5 保存设计	23
2.1.6 打开已有的设计	23
2.1.7 归并设计	24
2.1.8 剪切设计	24
2.1.9 输出文件目录	25
2.2 调入和打开片段	25
2.2.1 将一个片段放进设计窗	26
2.2.2 向设计窗调入多个片段	26
2.2.3 向设计窗调入片段目录	26
2.2.4 检查片段然后将它加进设计中	26
2.2.5 可用的格式	27
2.3 创建一个库	27
2.4 使用设计窗	27
2.5 改变设计窗的展示	28
2.6 在设计窗中使用文件夹	29
2.6.1 在设计窗中生成文件夹	29
2.6.2 打开文件夹窗口并加进片段	29
2.6.3 改变文件夹窗口的展示	29
2.7 从设计窗删掉片段或文件夹	29
2.7.1 删除部分片段或文件夹	30
2.7.2 删除所有未使用的片段	30
2.8 使用结构窗	30
2.8.1 运用结构窗的浮动菜单	30
2.8.2 改变结构窗的轨道数目	30
2.8.3 检视轨道	31
2.9 在结构窗中组合片段	31
2.9.1 从设计窗中把多个片段拷进结构窗	31
2.9.2 将设计窗中所有的片段拷进结构窗	31
2.10 运用关联片段	32
2.11 改变结构窗的展示	32
2.12 在结构窗中使片段失效	33
2.12.1 从结构窗删除一个片段	34
2.12.2 从结构窗删除一个片段并留下空白	34
2.12.3 执行波形删除	34
2.12.4 删除片段之间的空隙	34
2.12.5 在结构窗中安排片段	34
2.13 打印窗中的内容	34
第 3 章 编辑影片	35
3.1 使用片段窗	35
3.2 给电影或声音片段设定位置标记	36
3.2.1 在影片或声音片段中设定位置标记	36
3.2.2 在结构窗中对齐标记	37
3.2.3 从影片片段中删除位置标记	37
3.2.4 从声音片段中删除位置标记	37
3.3 剪切片段	38

3.3.1	在片段窗确定开始和结束位置	38	4.1	加进过渡效果	49
3.3.2	为声音片段设定精确的开始点	38	4.2	改变过渡设定	50
3.3.3	寻找片段的开头和结束位置	39	4.3	制作图像遮盖的过渡效果	51
3.4	在结构窗剪切片段	39	4.4	制作一个渐放式过渡效果	53
3.4.1	通过拉伸来剪切片段	39	4.5	使用颜色挑选器	53
3.4.2	用波形编辑工具来剪切片段	40	4.6	给片段加进过滤	54
3.4.3	用滚动编辑工具来剪切一个片段	40	4.7	进行特定颜色的设置	56
3.5	在剪切窗剪切片段	40	4.7.1	设定 Color Pass 过滤效果	56
3.5.1	在剪切窗进行波形编辑	40	4.7.2	设定 Color Replace 过滤效果	57
3.5.2	在编辑窗执行滚动编辑	40	4.8	用 Image Pan 过滤来摇动图片	57
3.5.3	改变剪切窗的设定	41	4.9	检查片段使用的过滤效果	58
3.6	确定片段的长度	42	4.10	制作运动效果	58
3.6.1	设定片段的长度	42	4.10.1	在运行路径上设定点	58
3.6.2	设置图片的预定长度	42	4.10.2	在运动路径上调整点	59
3.6.3	粘贴并改变片段的长度来放置到一个选定的区域	42	4.10.3	在路径上为一个点进行运动设定	60
3.6.4	粘贴一个片段并改变结构窗的内容	42	4.10.4	保存、调入或删除运动设定	61
3.6.5	粘贴片段的属性到别的片段	43	第5章	制作高叠和标题	62
3.7	分切片段	44	5.1	高叠片段	62
3.7.1	将一个片段分切成两个	44	5.2	制作一个虚形框边(garbage matte)	63
3.7.2	用片区选择工具来拷贝一组片段	44	5.3	制作标题	65
3.8	插入片段和覆盖编辑	44	5.4	使用标题窗的工具箱	66
3.8.1	在两个片段间插入一个片段	44	5.5	设定标题位置	67
3.8.2	使用编辑线来插入或覆盖片段	44	5.6	为绘画区选择设置	68
3.8.3	在结构窗中锁定轨	45	5.7	在标题窗中制作文字和其他图形	68
3.9	设定片段向前或后退的速度	45	5.7.1	制作图形并进行填充	68
3.9.1	为电影或声音片段设定速度	46	5.7.2	圆滑一个多边形	70
3.9.2	在视频片段中产生定格帧	46	5.7.3	制作文字	71
3.10	分开和重联关联片段	47	5.7.4	调整文字属性	71
3.10.1	在声音和视频片段中产生一个松散关联	47	5.7.5	伸展或压缩字体	71
3.10.2	临时解除关联	47	5.7.6	将文字或对象放于绘图区中心	72
3.10.3	解除牢固或松散性关联	47	5.7.7	为文字或对象产生阴影	72
3.11	调整声音片段的水平值	47	5.7.8	为文字或对象制作一种渐变色	72
3.12	在其他程序中编辑片段	48	5.8	在标题窗中选定和移动对象	75
3.12.1	将帧转换成位图文件	48	5.9	改变对象层的顺序	75
3.12.2	将片段转换成动画文件	48	第6章	预览影片与转换	76
3.12.3	将声音片段转换成 Web 文件	48	6.1	使用控制板来预览	76
3.12.4	在 Photoshop 中修改幻灯片	48	6.2	汇编工作区中的预览	76
第4章	过渡、过滤和运动效果	49	6.3	用移动时间尺度来预览	76
			6.4	汇编电影	77
			6.5	选择设计输出设置	78

6.6 数字视频的压缩	78	7.5.1 使用重叠预览	84
6.7 制作一个在 CD-ROM 中播放的电 影	79	7.5.2 设定预览率	84
6.8 使用打印到视频	80	7.6 在没有控制设备的情况下捕获视 频	84
6.9 用系列窗连结电影	80	7.7 选择录制的设置	84
6.9.1 用系列窗来制作一个连结的 电影	80	7.8 捕获声音	84
6.9.2 用 Print to Video 来展示系列 电影	81	7.9 仅捕获视频或声音	85
6.9.3 保存系列窗文件	81	7.10 停止运动的捕获	85
6.10 将电影输出到录相带上	81	7.11 捕获静止图像	85
第 7 章 捕获视频	82	第 8 章 影片制作精例	86
7.1 捕获视频的硬件	82	8.1 制作一种在影片播放中同时插入 另一个影片的效果	86
7.2 捕获视频的指导	82	8.2 制作两个片段同时演播的效果	89
7.2.1 减少捕获的视频数据量的方 法	82	8.3 将一种过渡效果使用两次	90
7.2.2 捕获高质量的视频	82	8.4 为片段的特定区域加进过滤效果	91
7.2.3 视频捕获卡的速度和压缩能 力	83	8.5 加入互融式效果	93
7.3 捕获声音的指导	83	8.6 将声音与视频分开的编辑	94
7.4 捕获文件的存放	83	8.7 为影片增加一层底图	96
7.5 选择预览设置	83	8.8 插入小视频的过渡	99
		8.9 制作五面同映效果	101
		8.10 制作图片动画	108

第 1 章 基本概念

Adobe Premiere 作为强大的视频、声音编辑软件,对于专业人员和业余爱好者来说操作都是非常简单,而其作品则是精美绝伦。下面首先介绍该软件的安装过程,然后集中介绍有关该软件的一些基本概念。

1.1 Premiere 4.2 的安装

1. 将载有 Premiere 4.2 的光盘放入光驱。若您的光驱设为 D 盘,则用光标单击文件管理器的 D 盘符,再打开 Premiere 4.2 目录,然后寻找 Setup.exe 文件,双击它,如图 1-1 所示。



图 1-1

2. 安装开始,进入 Adobe Premiere 4.2 的安装界面,如图 1-2 所示。

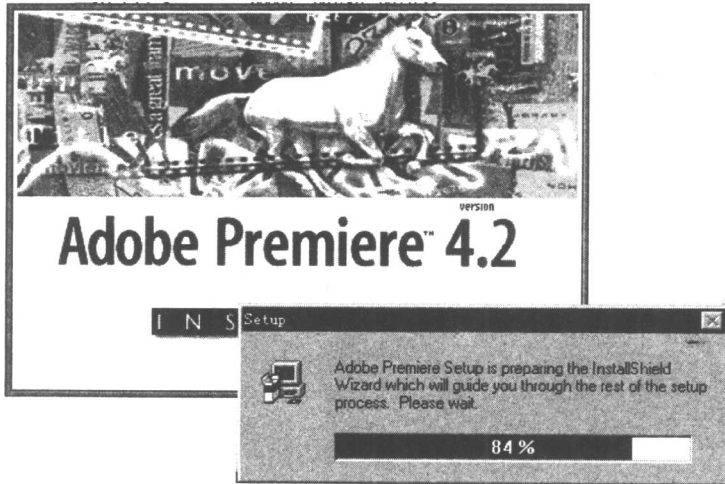


图 1-2

3. 出现有关该软件的版权保护说明,点 Next 键,如图 1-3 所示。

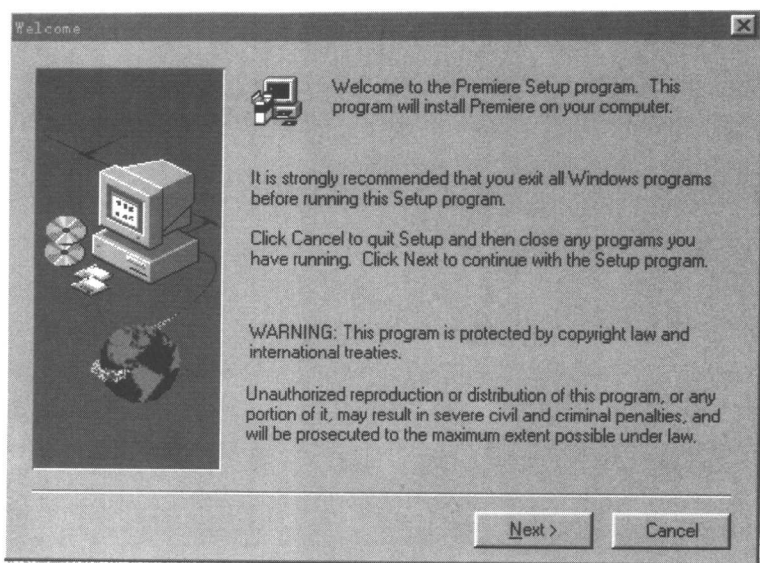


图 1-3

4. 分别在 Name(姓名)、Company(公司)、serial(序列号)栏中输入您的名字、所属公司名及该软件的序列号。三项必须全部输入,否则 Next 键将呈现浅灰色,使您无法进入下一步的安装。用户名和公司名可以任意输入,但序列号必须准确,否则按 Next 键后它将提示序列号错误,请重新输入,如图 1-4 所示。

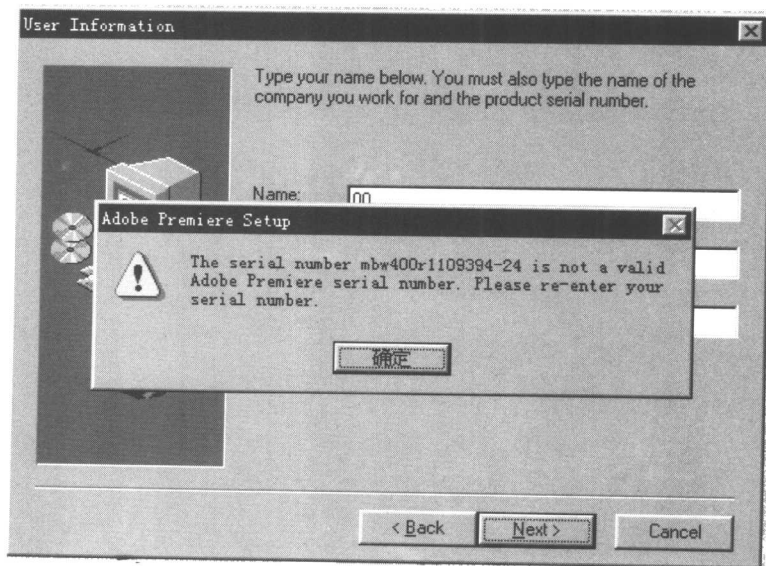


图 1-4

若序列号正确,按 Next 键即可进入下一步操作。笔者所使用的该软件的序列号为 mbw400r1109394-244,不知该序列号是否与您所使用的一致。序列号可以在 Premiere 4.2 的目录中的 serial.no 中找到,使用 word 软件将 serial.no 文件打开即可。

建议您将序列号记在记录本上,方便以后安装时迅速查阅。用户名、公司名及序列号输入好后,再按变成深色的 Next 键,如图 1-5 所示。

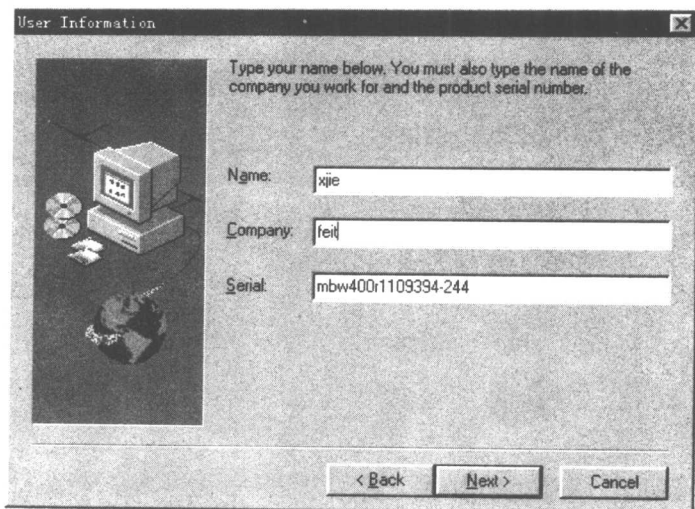


图 1-5

这一步提示您选择安装,共有三种,即 Typical(典型安装,这是一种推荐安装方式)、Compact(压缩安装,即装入尽可能少的程序)、Custom 方式(设定安装,即由您自行选择安装内容)。建议您使用预设的 Typical 方式。

这一步同时提示您该软件安装后在文件管理器中的目录名,现在是 Win32App\Premiere \。在以后的使用中您在文件管理器中找到该目录即可。如果您想改变目录名,按 Browse(浏览)键。具体操作这里就不详细介绍。当您确定好安装内容及文件目录后,按 Next 键,如图1-6 所示。

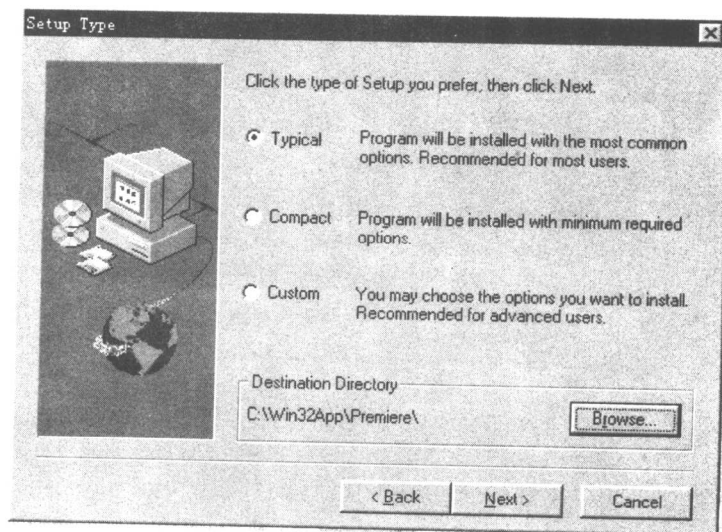


图 1-6

5. 这一步是告知 Premiere 4.2 图标存放在 Adobe 中,按 Next 键即可,如图 1-7 所示。
6. 再按 Next 键,如图 1-8 所示。

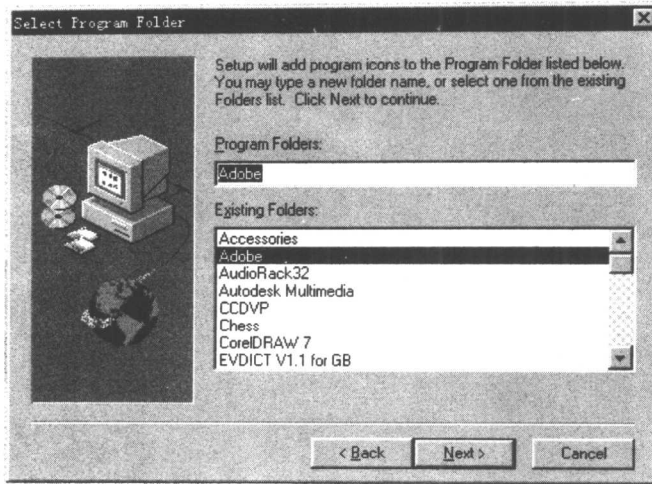


图 1-7

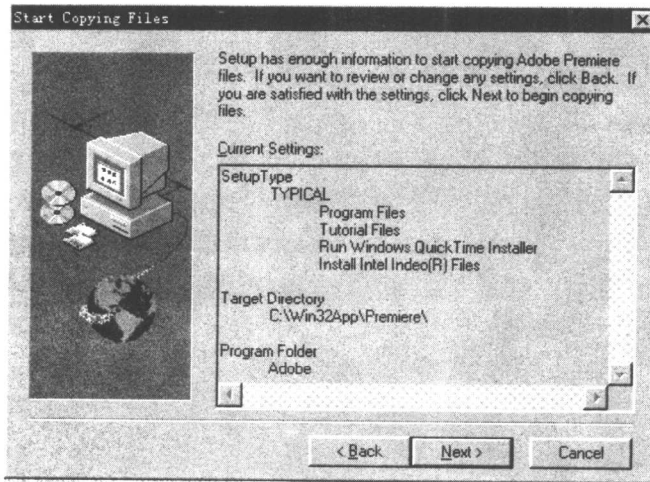


图 1-8

7. 进入安装,如图 1-9 所示。

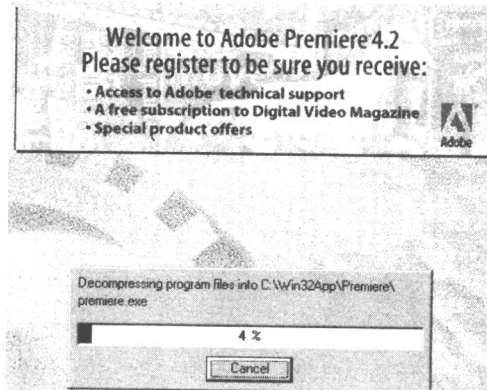


图 1-9