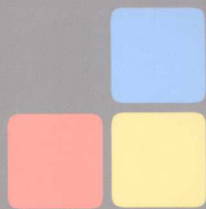


十二五广播电视专业系列教材



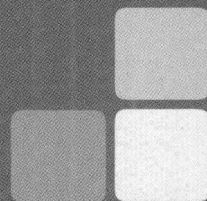
# 电视编导 实用教程

陈立强 主编



中国传媒大学出版社

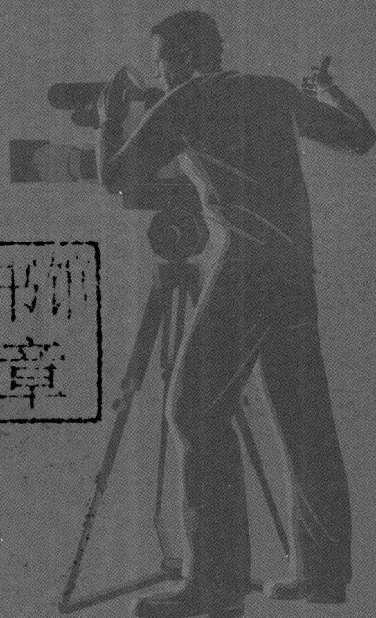
十二五广播电视专业系列教材



# 电视编导 实用教程

常州大学图书馆藏

陈立强 主编



中国传媒大学出版社

### 图书在版编目 (CIP) 数据

电视编导实用教程/陈立强主编, 曹媛, 钱森华副主编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2012. 8

ISBN 978 - 7 - 5657 - 0535 - 9

I. ①电… II. ①陈… ②曹… ③钱… III. ①电视节目—制作—教材  
②电视节目—导演艺术—教材 IV. ①G222. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 167560 号

### 电视编导实用教程

---

主 编: 陈立强

副 主 编: 曹 媛 钱森华

责任编辑: 黄松毅

责任印制: 曹 辉

封面设计: 赵 越

出 版 人: 蔡 翔

---

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话: 65450532 或 65450528 传真: 010 - 65779405

网 址: <http://www.cucp.com.cn>

经 销: 全国新华书店

印 刷: 北京中科印刷有限公司

---

开 本: 787 × 1092 毫米 1/16

印 张: 21

版 次: 2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

---

ISBN 978 - 7 - 5657 - 0535 - 9/G · 0535 定价: 45.00 元

---

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换



## 目 录

*Contents*

绪论	电视编导的素养与能力 / 1
第一章	电视编导简述 / 7
第一节	电影导演 / 8
第二节	电视编导 / 13
第二章	电视作为艺术的影像媒介 / 17
第一节	电视作为艺术的媒介特性 / 18
第二节	电视受众流理论及节目策略 / 28
第三节	电视的时段意义与时段划分 / 44
第三章	影视理论 / 51
第一节	视觉语言 / 52
第二节	听觉语言 / 70
第三节	声画关系 / 79
第四节	蒙太奇、长镜头与场面调度 / 84
第四章	写作与演说 / 95
第一节	编创与编说故事 / 96
第二节	叙事散文写作 / 109
第三节	小品创作与表演 / 114
第四节	演讲与即兴评述 / 129
第五章	创意与策划 / 139
第一节	电视栏目创意及策划案 / 140



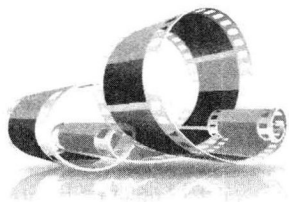


## 目录 Contents

- 第二节 电视广告创意与策划 / 150
- 第三节 主题性活动的创意与策划 / 164
  
- 第六章 文案写作 / 171
- 第一节 选题报告及编导阐述 / 172
- 第二节 室外采访与拍摄文案 / 179
- 第三节 文学剧本与分镜头剧本 / 182
- 第四节 解说词写作 / 195
  
- 第七章 采摄与制作 / 211
- 第一节 电视采访 / 212
- 第二节 电视摄像 / 221
- 第三节 演播室布景与功能设计 / 227
- 第四节 镜头剪辑与画面转场 / 236
  
- 第八章 节目类型与编导要点 / 249
- 第一节 当前电视节目的编导特点 / 250
- 第二节 电视新闻类节目的编导要点 / 257
- 第三节 综艺娱乐节目的编导要点 / 269
- 第四节 电视晚会节目的编导要点 / 275
- 第五节 谈话类节目的编导要点 / 288
- 第六节 专题片、纪录片与电视散文的编导要点 / 299
- 第七节 生活服务类节目的编导要点 / 314
- 第八节 活动类节目的编导要点 / 318
  
- 参考文献 / 329



# 绪论 电视编导的素养与能力



电视编导是一门实践性极强的职业,具有相应的技术与专业门槛,必须通过学习、练习与实践才能登堂入室。学习的方式大体为两大类型,一是学徒式,即初学者直接进入电视台或影视传媒机构从事电视编导职业,跟随熟练编导学习,通过见习或做老编导的助手,在观摩与操作中熟悉技术与专业,习得本领,越过门槛;二是学院式,即通过教师传授与指导,初学者懂得一些理论技术与操作技能。无论采取哪种学习方式,还是将两者融合起来,都是为了锻造学习者相应的知识结构、专业素养及各种能力,从而培养出优秀的电视编导人才。



## 一、专业素养及操作能力

电视编导必须有专业理论的修养,要掌握电视的媒介特性与传播规律,熟悉影视理论。每一个编导必须跨过这一专业门槛,要熟练掌握视听语言方面的知识,并逐步树立起视听思维的习惯,培养画面感与镜头感,从而实现对视听语言的创新运用。

除了专业理论知识之外,电视编导更需要过硬的实践操作技能。对于电视这个行业来说,毕竟是“实践为王”,许多没有专业理论与知识储备的新人进入电视行业,就是通过不断的实践操作而获得技能,做出很多好节目,从而成为优秀编导的。

首先,电视编导必须掌握创意、策划、文案写作、采访拍摄、现场导演、演播室录制、编辑、制作与包装等过硬的实践操作技能。这些都是核心的编导技能。

其次,电视编导必须了解与熟悉摄像、导播、服装、化妆、道具、照明、舞美、音响、后期制作与包装等各个环节与流程,对某些核心环节要特别熟悉,要做到心中有数,游刃有余,才能生发创意,才能创新。在此基础上,编导才能很好地将自己对节目的理解与创作意图传达给整个创作团队成员,并使团队成员执行更加到位。

此外,在一些规模小的电视台或电视机构,上述环节很可能均由编导一个人来完成,那么,对于电视编导的要求就更加全面了,全能型、复合型的电视编导是比较受欢迎的。

要想做一个好的电视编导,必须亲身投入实践,细致耐心地体验每一个环节,总结经验教训。日子一长,流程熟悉了,环节清楚了,技能上去了。大学编导课程教学,除了强化教学的实践操作性与实验性之外,还要创造条件或鼓励学生进入电视台或其他电视机构进行全流程的实习,全面培养学生的操作技能。

作为一个电视编导,其基本专业能力一般包括以下几个方面:

### 1.文字运用、编创故事与文案写作能力

做编导要做文案,需要文字功夫。有些文稿,如专题片、艺术片的解说词,有较深厚的文学色彩,对电视编导文字运用的要求将会很高。因此,电视编导训练需要锻炼写作能力,善写各类文章。

很多情形下,做电视就是给受众说故事。怎么把故事说得一波三折,说得受众爱听爱看,念念不忘,是非常考验电视编导的文字能力的。

文字运用与编创故事的能力,最终会落实到文案写作上。如果要提高文案写作能力,还必须熟悉各种节目的文案套路,并有足够的文案经验。

### 2.电视采访能力

采访是电视编导最基本的能力之一。有人认为,只有电视记者才需要采访。如果这样想,就大错特错了。在许多情形下,电视编导都离不开采访。新闻专题类节目需要编



导进入一线进行采访,采摄素材,做出节目。一台综艺娱乐类的晚会节目,可能要把新闻热点人物请到演播室现场,由主持人进行现场采访,但是需要新闻专题片的编导深入一线,发现新闻线索,进行预采访,发掘隐藏很深的新闻内幕,设计主持人演播室访谈的问题。访谈类节目、生活服务类节目都离不开编导对访谈对象的预采访。采访经验的积累与采访能力的培养,是开展编导工作的基础之一。

### 3. 策划与创意能力

电视是创意文化产业。策划是电视节目之母。编导是一个节目的创作者,无疑是需要从策划开始的。电视编导需要不断积累经验,培养感觉,培养自己的策划能力,这样才有可能生发出不同寻常的节目创意。

### 4. 现场执导与场面调度能力

现场执导与场面调度是电视编导最核心的专业工作之一。无论是在室外采访与场景拍摄,还是在室内的演播室现场,电视编导是领导者与指挥者。编导的现场执导与场面调度是否得当,在很大程度上关系到节目的成败。现场执导与场面调度的经验积累与能力培养,需要一个过程,需要向前辈编导与成熟编导学习、观摩,需要自身不断实践,反思失败,寻找感觉,摸索经验,磨炼自己,快速成长。

### 5. 影像编辑、制作与包装能力

电视编导需要熟悉影像编辑、制作与包装等后期制作环节,具有一定程度的编辑、制作水平,当然,深度制作可以交付专业人员完成。电视编导能够对自己负责的电视节目的包装提出设想,并与专业人员商讨具体的包装方案,共同完成电视节目的包装环节。

## 二、艺术素养及艺术感受力

电视是一个传播性与艺术性相交融的复合性媒介文类。许多电视作品具有很高的艺术价值,那么,这种媒介特性无疑需要创作者有着相当层次的艺术素养。电视的近缘艺术文类,如戏剧戏曲、电影、文学、美术、摄影、音乐、舞蹈等,是有益于培育电视编导的艺术修养与艺术感受力的。电视编导要广泛培养自己的艺术兴趣,即便不擅长也不是很爱好某些艺术文类,但也要想方设法地做些涉猎,增加一些知识储备,这是因为电视是一项综合艺术,说不定哪个时候要涉及到某项艺术文类,事先的知识积累,可能为编导工作的实际操作带来很多意想不到的便利与实效。比如,有些电视节目富含戏剧因素,或者以戏剧戏曲规律来建构电视节目的叙事,甚至有些节目本身就是戏剧戏曲或包含戏剧戏曲场面,电视编导做这样的节目,有一定戏剧戏曲方面的知识积累,显然有利于较好地完成任务。

增加影视作品的阅读量,提高影视作品的欣赏水平,可以提高电视编导的视听感受





与运用视听语言的能力。文学素养关乎电视编导的文字运用、编创故事与文案写作的潜力。美术、摄影等文类修养,很大程度上能提高电视编导的美学欣赏力,可以提升电视编导在镜头拍摄、画面编辑等技术层面的操作水准。音乐在电视节目中运用广泛。音乐修养可以帮助电视编导更好地运用音乐这一重要的电视造型元素,增强电视节目的艺术效果。音乐、舞蹈更是文艺娱乐类电视节目的表现对象。至于电视文艺编导更需要有较深的音乐或舞蹈方面的艺术造诣及编导经验,才能更好地驾驭一个大型文艺娱乐类节目的运作。

艺术素养有利于培养电视编导的艺术感受力。这种感受力,可以包括电视编导的艺术直觉力、艺术感悟力与艺术创新力。

对于一个电视编导来说,需要时时刻刻与影像打交道,而影像是直观的,诉诸视听感官,直觉力是一种最基础的能力,影视实践的感悟与创新在很大程度上是建立在直觉力之上的。电视编导跟团队成员的专业沟通,比如,电影导演、电视剧导演跟人讲戏,与摄像师商讨镜头,很多情形下,都需要诉诸直观、感性的画面语言。

电视是一门艺术,艺术需要感悟。电视编导的感悟是多方面的。通过感悟,可以加强对题材的判别能力。有些编导对题材有强大的感受力,凭直觉与感悟就知道题材的好坏。通过感悟,可以提高电视编导对主题的提炼与升华能力。通过感悟,可以提高编导对节目对象的理解力。通过感悟,可以强化编导在话语方式、风格方面的个性追求。

艺术需要创新。一个电视编导需要对节目形态、选题内容、表现方式、艺术风格等有独树一帜的理解与感悟,这样才能做出不一样的节目。有人说,电视是一种工业化生产,一个栏目的样片生产出来之后,后面的事情就是不断地工业化复制。诚然不错,然而,作为文化产品的电视生产,与一般的工业生产仍有天壤之别。一般的工业产品可以无差别地复制,而电视节目尽管要遵循节目时长、栏目定位、主题方向、叙事结构、话语形态等诸方面的统一规制,然而,每个电视节目依然具有极大的空间进行个性发挥与节目创新,而形成编导独特的个人风格。事实上,当某种节目样式,也就是电视复制所依据的节目版式开始变得不适应受众市场时,更是需要创新。电视生产是复制与创新的统一,创新是电视实践的一种传播常态。

### 三、学科素养及社会能力

电视编导要想拓宽视野,增加知识面,需要努力提高自己的学科素养。对当前的电视编导来说,美学、社会学、经济学、管理学、法学、历史学等学科是需要广泛涉猎的学科门类。

美学能够从理论上提高编导的美学鉴赏力,培养艺术感觉。社会学知识储备可以让人更了解社会,尤其是对社会心理趋向的捕捉,对一个电视编导来说,是非常重要的。一

个电视节目如果能够贴近社会心理的趋向,那么可能会收到事半功倍的效果,反之亦然。还有很重要的一点,电视节目无一不关涉社会命题,而社会学能够给人带来洞明世事、观察社会的诸多方法与启示。经济学、管理学、法学与历史学等学科与电视关联较多,可以进行相应的涉猎或钻研。

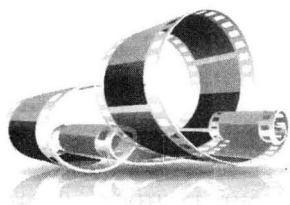
当然,上述学科只是因为具有相对重要的现实关联性而被列举出来。事实上,其他一些学科知识的充实,无疑有益于电视编导的复合性素养,尤其当你的选题涉及某项学科时,如工科、农学、理学、医学等学科范畴时,该学科知识或学科背景,显然有助于编导对节目选题的理解、素材采摄与后期制作等。总之,编导应该是一个杂家,懂得东西多,做起节目来就愈是顺手,也容易出品位、上档次、有内涵。学科素养的提高,在很大程度上可以帮助编导提升社会感知力。

当然,社会感知力的提升更有赖于广泛的社会交际与人际交流。有人说,一个记者就是一个社会活动家。其实,这里的记者可以看做包括编导在内所有新闻工作者的泛指。电视编导要成为一个社会活动家,不能囿于斗室,要交朋友,扩大社会交际面,培养对社会的感知力,增强社会的敏感度。无论是选题还是话语方式,电视是追逐时尚的前卫性媒介,这就要求电视编导的社会嗅觉应该是敏锐的。编导工作要与形形色色的人打交道,要善于跟人沟通,要成为一个社会活动家,充分开发各种人际资源为节目服务。

电视编导是一个团队的组织者、管理者与领导者。大多数情形下,这个团队往往是临时组建的,有熟悉的也有不熟悉的成员加入,那么,作为领导者的编导需要有管理与领导艺术,团结所有的成员齐心协力完成整个节目的生产与传播。



# 第一章 电视编导简述



电视编导是电视机构中最重要的职业岗位之一。在电视节目的创作与生产中,电视编导在整个摄制团队中占据着核心地位,其功能体现在创意、策划、拍摄、制作甚至传播等几乎全部的流程中,是肩负主要责任的业务操盘手,也是整个摄制团队的组织者、管理者。尽管在电视栏目化生产中强调模式、重视整体风格,但具体到某个节目依旧会烙上编导的个性印迹,编导具有一定程度的自主性以及才情的发挥余地。

编导一词源于戏剧导演,电视编导直接脱胎于电影导演,三者有诸多相同与不同的职业使命、功能及操作规程。

一个成熟的电视编导必须形成特有的素养结构,锻炼相应的能力,才能胜任自己的职业工作。





## 第一节 电影导演

### 【阅读导引】

- ◆什么是导演中心制？什么是制片人中心制？
- ◆电影导演组成员可分哪些角色？
- ◆电影导演的主体职责可分哪三大阶段，每阶段又有哪些具体任务？
- ◆什么是电视编导？与电视新闻记者、电视新闻编辑有什么区别？
- ◆电视编导的两大功能是什么？

导演（Direction）一词，源起于戏剧。不像写小说、作诗等，一个人可以独立完成一件作品。戏剧是一种综合表演艺术，是需要不同的人共同完成某个表演项目，因此，一场戏剧表演需要有人来统筹。统筹的任务就是由导演来完成的。当然，早期戏剧的表演形式相对简单，往往演员一身兼做多项工作，有时也会有人帮助布置舞台、安排道具、安排演员上场等，但此人并非真正意义上的导演。导演的出现，是在戏剧艺术发展到一定阶段，即戏剧表演变得比较繁复的时候，导演协调、统筹所有戏剧部门的工作，使其变得有条不紊。当然，导演不只是作为事务性的指挥者出现，而是逐步成为戏剧表演项目的艺术规划者、制定者与指导者，执掌大权，是整个戏剧团队的领导者，具有举足轻重的地位。

戏剧是古老的艺术表演文类，后来又分别出现了电影、广播、电视等传播媒介，使得导演这一个职业有了戏剧导演（编导）、电影导演、广播导演（编导）与电视导演（编导）等类型区分。戏剧导演、广播导演此处不再论述，重点来了解电影导演与电视编导。

了解电影导演，必须知晓两种不同的电影制度，一是导演中心制，二是制片人中心制。两种制度，其实就是导演与制片人之间的关系界定以及两者在整个电影生产中针对话语权力的分配方式。

### 一、导演中心制与制片人中心制

通俗地讲，导演中心制就是指整个生产过程中，一切由导演说了算。《电影艺术词典》将“电影导演”解释为：“影片艺术创作的领导人和摄制组的总负责人。……他是集体创作的核心。电影导演在接受文学剧本后，首先在制片主任的配合下，安排影片的筹备工作。导演的任务是：组织主要创作人员，研究有关资料，分析剧本，选演员，选外景，进行案头工作，统一创作意图。然后，按照制片部门安排的摄制计划，领导现场拍摄和后期制



作。”<sup>①</sup>此处的电影导演应该是处于导演中心制的语境之中。

制片人中心制是指整个生产过程中,制片人拥有最重要的话语权。美国好莱坞的制片人“是为影片拍摄创造条件的人,他负责发起、协调、监督和控制影片制作过程中诸如融资、人员聘用和发行安排等所有事务,从项目开发到产品完成的每一个环节都离不开他的身影,最终把影片从创作概念转变为可操作、可营销的具有市场价值的项目。”<sup>②</sup>曾经打造出《大白鲨》《为黛西小姐开车》和《天地大冲撞》等好莱坞大片的著名制片人里查得·赞纳克说:“制片人就像交响乐队的指挥。他也许不会演奏所有的乐器,但他知道每一种乐器的声音效果应该是什么样。”<sup>③</sup>

好莱坞早期实行制片人中心制。1950年代随着好莱坞制片厂制度的解体,美国电影便转向导演中心制。自1970年进入大片时代以来,美国电影又转变成制片人中心制。

新中国成立之后的中国电影生产是计划体制,许多电影制度沿袭前苏联,实行的是导演中心制。此时的导演,在整个电影生产过程中,占据领导者的位置,具有最终的话语决定权。1990年代后半期以来,由于我国电影生产体制与机制的改变,导演中心制开始向制片人中心制转变。制片人与导演的关系发生一些微妙的变化。制片人的权力逐渐变大,而导演所起的作用却在减弱。制片人负责整个事务的统筹,包括选题、剧本、选演员、挑技术合作者,也包括聘请导演,一切均在制片人的领导之下组成一个摄制组,完成电影生产的筹备阶段。至于此后的艺术创意、摄制规划的制定、影片拍摄以及后期制作,制片人一般会介入其中,且有最终决策的权力。成品出来以后,制片人还会负责影片的宣传与营销,导演往往无须再对影片操心。总之,在制片人中心制的语境中,制片人是该电影项目的总负责人,导演只是电影生产过程中艺术与技术的操盘手而已,必须服众制片人的意志,说白了,制片人是老板或老板的代理人,导演只是最重要的打工者之一。

导演中心制是导演对整个影片的艺术质量负责,并有最终拍板的话语权,而制片人中心制中的制片人是整个电影生产活动的主导者,有最高的决策权,对整个影片生产与营销负责。在制片人中心制中,虽然导演处于被领导的地位,只对影片的艺术生产负责,但是导演依然具有举足轻重的发言权,往往是摄制组的一个灵魂人物,尤其是那些名气大的导演更是如此。

## 二、导演组及其分工

根据需要,在一部影片的整个生产流程中,导演功能的实现可能由多人来完成,也就

① 许南明:《电影艺术词典》,中国电影出版社1986年版,“电影导演”条,第184页。

② 周铁东:《制片人是个什么概念?》,载《大众电影》2007年第11期。

③ 同上。



是说,由一个导演组来领导整个团队完成影片的全部生产工序。根据各自所起的作用与地位的高低,可以将导演组成员分为总导演、执行导演、副导演、助理导演以及联合导演等。

总导演,即从总体上负责电影生产的艺术筹划,并参与到关键环节的拍摄与制作之中,是艺术与业务的把关人。一般由比较有名气的导演担当。

执行导演,即听从总导演的安排,落实、实现已拟定好的摄制规划,负责具体业务的操作,其中最重要的一项工作就是进行现场拍摄的导演。有时,如果总导演只是挂名,而执行导演履行的就是总导演与执行导演的所有工作。

副导演,即导演的副手,给导演打下手。比如,“在影片筹备阶段,副导演负责文字资料和形象资料的搜集工作,协助导演编写分镜头剧本、制作场景表、选演员、选外景等;在摄制阶段,负责对化妆、服装、道具部门的检查和督促,根据导演意图和要求进行片断排练的组织工作,在拍摄时负责指导后景中群众演员的表演及环境气氛的布置;在后期阶段,负责检查配音工作以及混合录音前的一切工作,并制作预告片”<sup>①</sup>。

助理导演,即导演助理,不设副导演时,助理导演相当于副导演;如设副导演,导演助理则分担副导演部分职责。

联合导演,即两个以上的导演共同担纲某个影片的摄制任务。

不过,导演组成员虽然各自所起的作用不同,地位殊异,但是需要密切配合,共同完成整个电影生产任务。

### 三、导演职责

无论是导演中心制,还是制片人中心制,电影生产中最主体最重要的艺术活动,都是由导演率领摄制组完成的。

一般情形下,导演的主体职责大体可以分为三大阶段:

#### 1. 第一个阶段:前期准备

##### i) 选题策划

导演中心制的导演是要负责选题的。制片人中心制中的导演接触到选题时,基本上确定下来的。当然,制片人有时也会征求导演对选题的意见。

##### ii) 剧本准备

有了选题,导演就会聘请编剧根据选题做剧本,并对剧本进行审核,提出修改意见。有时,导演一开始就接触到成型的剧本,就得对其进行研究,提出自己的意见,编剧对其

<sup>①</sup> 许南明:《电影艺术词典》,中国电影出版社1986年版,“副导演”条,第185页。



进行修改。

### iii) 分镜头剧本

文学剧本成熟之后,导演依照文学剧本做出导演台本,也就是分镜头剧本。在分镜头剧本里,要做出比较详细的“导演阐述”,即导演对整个影片生产的纲领式意见,并将编剧的文学剧本进一步细化,具体到每一个镜头的设计。

### iv) 摄制组筹备

根据影片的需要,聘请演员、各类专业人员以及管理人员等,搭建班子,成立摄制组。同时,并着手做一些片中音乐、歌曲的录制工作,以便拍摄时使用。

### v) 选景搭景

选择外景地,搭建人工景点。

## 2. 第二个阶段:中期拍摄

中期拍摄是将选题转化成电影产品的重要实施过程。导演能否将艺术设想变成现实影片,这个阶段至关重要。

中期拍摄是最能体现导演行为及其功能的环节。导演指挥各部门围绕电影拍摄展开工作,指导演员的表演,在拍摄中体现自己的艺术主张与见解。

## 3. 第三个阶段:后期制作

在后期制作中,整个后期技术团队要遵循导演的创作思路与设计来进行。导演监督与指导整个制作过程,并适时提出自己新的制作意见与创意。

电影导演在一个影片的生产过程中,其功能主要体现在主导、指导、引导三个方面。

### i) 主导

在电影生产中,导演主导整个电影的艺术创意、方案策划、演员选择、技术队伍的配置、选景布景、前期拍摄及后期制作的完成。

### ii) 指导

围绕创作意图,导演根据自己的经验或者自身对创作的理解,指导演员进行表演,也会对舞美、化妆、服装、道具、烟火等部门提出自己的思路与意见。

### iii) 引导

电影是一种各专业协调合作的艺术。导演引导各部门、各专业的人员围绕创作意图进行艺术活动,最大程度地发挥能动性 with 创造性,完成整个电影生产。事实上,我们并不苛求导演对电影生产的所有部门与所有专业都是行家里手,事实上,也是不可能的,但导演必须具有相当的引导力,激发大家的创作冲动与艺术激情,形成切实可行的方案,并付诸实施。





【本节要点】

◆电影导演在整个摄制团队中占据核心地位,其功能体现在创意、策划、拍摄、制作甚至传播等几乎全部的流程中,是肩负主要责任的业务操盘手,是整个摄制团队的组织者、管理者与领导者。

◆导演(Direction)一词,源起于戏剧。

◆了解电影导演,必须知晓两种不同的电影制度,一是导演中心制,二是制片人中心制。

◆导演组成员角色分为总导演、执行导演、副导演、助理导演以及联合导演等。

◆导演在前期准备阶段的主要职责是:选题策划、剧本准备、分镜头剧本、摄制组筹备与选景搭景等。中期拍摄阶段是最能体现导演行为及其功能的环节。导演在后期制作阶段起主导、指导与引导的作用。

【实验与练习】

◆目标:认识电影导演的工作性质。

◆操作:观摩一个电影剧组的拍摄现场,观察电影导演的工作。