

数字媒体技术与创作系列教材

本系列教材为计算机应用、信息设计、媒体传播等相关专业的专业课教材，也可作为本科院校和高职高专院校的公共课选修教材。

主编 董武绍

副主编 袁南辉

The Technology and
Creation of TV Editing

电视编辑技术与创作

本书全面介绍了电视编辑的理论知识和相关创作实训练习，包括电视编辑概述，电视编辑系统简介，电视画面编辑，视频转场、运动特效及视频特效的应用，电视字幕，电视声音编辑和常见类型电视节目的编辑。

赵玉 吴天生 编著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

 数字媒体技术与创作系列教材

主编 董武绍 副主编 袁南辉

The Technology and
Creation of TV Editing

电视编辑技术与创作

赵 玉 吴天生 编著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

电视编辑技术与创作/赵玉, 吴天生编著. —广州: 暨南大学出版社, 2012. 5
(数字媒体技术与创作系列教材)
ISBN 978 - 7 - 5668 - 0107 - 4

I. ①电… II. ①赵… ②吴… III. ①电视节目—编辑工作—教材
IV. ①G222. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 033820 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学
电 话: 总编室 (8620) 85221601
营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)
传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)
邮 编: 510630
网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 弓设计
印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm × 960mm 1/16
印 张: 23
字 数: 451 千
版 次: 2012 年 5 月第 1 版
印 次: 2012 年 5 月第 1 次
印 数: 1—3000 册

定 价: 46.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

前 言

电视编辑是电视节目制作的重要环节，是一项具有高度创造性的创作活动，是艺术与技术综合的体现。电视编辑的任务从本质上讲，一是对镜头进行裁剪，二是对镜头进行排列。镜头的裁剪在单个镜头内进行，同样的镜头通过裁剪可以取得不同的艺术效果。镜头的排列分为三个层次：第一层次，两两镜头的组接；第二层次，镜头句子之间的组接；第三层次，段落之间的组接。编辑对于电视创作是至关重要的，而实践练习是提高编辑水平的必由之路。

《电视编辑技术与创作》既包括了电视编辑的相关理论知识，又包括了结合业界流行的非线性编辑软件工具平台，让学生掌握编辑技能所必需的编辑实训练习。全书包括七章内容，全面介绍了电视编辑的理论知识和相关创作实训练习，包括电视编辑概述，电视编辑系统简介，电视画面编辑，视频转场、运动特效及视频特效的应用，电视字幕，电视声音编辑和常见类型电视节目的编辑。每一章都结合大量实例系统介绍 Adobe Premiere Pro CS5 的各项功能，包括项目配置的基本方法，采集、导入与管理素材的各种方法，各种视频编辑方式和编辑工具的使用方法，添加并设置转场，字幕制作，音频处理，创建动画与效果，进行视频合成以及影片的输出等内容。

本书图文并茂、深入浅出、内容翔实、案例丰富，是一部实用性与理论性并重的电视编辑著作。本书既可作为高校影视传媒类专业师生的实用教材，也可作为各类电视节目制作人员的实用指南和参考书。

本书第1、2、3、7章由赵玉编写，第4、5、6章由吴天生编写，全书由赵玉和董武绍负责统稿。

本书在编写过程中，参考并引用了许多国内外的文献资料，在此特向相关作者致以深深的谢意。本书的出版得到了暨南大学出版社的大力支持，杜小陆同志一直关注和指导着本书的编写工作，对此我们深表感谢。

作为教师，对“教然后知不足”深有体会，作为作者，对“写然后知不足”也颇有感慨，由于水平有限和时间紧促，虽几尽努力，但书中的不当之处仍在所难免，敬请读者批评指正。

编著者

2012年2月

目 录

前 言	/ 001
-----	-------

第 1 章 电视编辑概述 / 002

1.1 电视编辑人员的要求	/ 004
1.1.1 适应大众传播规律	/ 005
1.1.2 运用蒙太奇思维方式	/ 007
1.1.3 了解观众心理	/ 016
1.2 电视编辑人员的任务	/ 026
1.2.1 选用素材	/ 026
1.2.2 设计编辑提纲	/ 026
1.2.3 确定编辑手段	/ 027
1.2.4 选择镜头剪接点	/ 027
1.2.5 把握编辑基调	/ 027
1.3 电视编辑的作用	/ 028
1.3.1 结构严谨	/ 028
1.3.2 语言通顺	/ 030
1.3.3 节奏明快	/ 030
1.3.4 主题突出	/ 032
1.3.5 再现生活	/ 033
1.4 电视编辑的工作流程	/ 033
1.4.1 准备阶段	/ 034
1.4.2 编辑阶段	/ 034
1.4.3 合成阶段	/ 034
1.5 创作实训	/ 035
1.5.1 验证库里肖夫实验	/ 035
1.5.2 体验影响节奏的因素	/ 035

1.5.3 构思自己作品的选题 / 035

第2章 电视编辑系统简介 / 036

2.1 线性编辑系统 / 038

2.1.1 线性编辑系统的构成 / 038

2.1.2 线性编辑方式 / 041

2.1.3 线性编辑的操作步骤 / 043

2.1.4 线性编辑系统的优缺点 / 043

2.2 非线性编辑系统 / 044

2.2.1 非线性编辑技术的发展 / 044

2.2.2 非线性编辑系统的优势 / 047

2.2.3 非线性编辑系统的分类 / 048

2.2.4 常用非线性编辑软件介绍 / 049

2.2.5 非线性编辑的工作流程 / 052

2.3 典型的非线性编辑软件 Premiere Pro CS5 / 053

2.3.1 Premiere 的发展 / 053

2.3.2 Premiere Pro CS5 的安装 / 057

2.3.3 Premiere Pro CS5 的启动与退出 / 060

2.3.4 Premiere Pro CS5 的窗口与面板 / 062

2.3.5 Premiere Pro CS5 的工作界面管理 / 076

2.3.6 Premiere Pro CS5 的主要菜单命令 / 079

2.3.7 基于 Premiere Pro CS5 的影视节目编辑工作流程 / 088

2.4 创作实训 / 119

2.4.1 体会组合编辑与插入编辑的异同 / 119

2.4.2 Premiere 编辑工作流程综合练习 / 119

第3章 电视画面编辑 / 120

3.1 画面组接的逻辑性 / 122

3.1.1 生活逻辑和视觉逻辑 / 122

3.1.2 连续性和联系性 / 123

3.2 画面组接的剪接点 / 124

3.2.1 画面剪接点 / 124

3.2.2 声音剪接点 / 127

3.3	画面组接中的轴线 / 131
3.3.1	轴线规律 / 131
3.3.2	合理越轴的方法 / 136
3.4	运动镜头的组接 / 137
3.4.1	主体运动的组接 / 138
3.4.2	镜头外部运动的组接 / 142
3.4.3	综合运动镜头的组接 / 144
3.5	画面的分剪、挖剪、拼剪 / 144
3.5.1	画面的分剪 / 144
3.5.2	画面的挖剪 / 146
3.5.3	画面的拼剪 / 147
3.6	画面转场的方法 / 148
3.6.1	场面划分的依据 / 148
3.6.2	无技巧转场 / 149
3.6.3	技巧转场 / 152
3.7	在 Premiere Pro CS5 中创建仅有硬切效果的视频编辑技巧 / 154
3.7.1	设置标记 / 154
3.7.2	剪切素材 / 160
3.7.3	常用的编辑技巧 / 173
3.8	创作实训 / 185
3.8.1	在编辑中解决越轴问题 / 185
3.8.2	验证运动主体剪接的规则 / 185
3.8.3	验证动接动、静接静的剪接规则 / 185
3.8.4	练习分解法、增减法的剪接 / 186
3.8.5	练习镜头的分剪、挖剪和拼剪 / 186
3.8.6	体验无技巧转场 / 186
第4章	视频转场、运动特效及视频特效的应用 / 188
4.1	视频转场的应用 / 190
4.1.1	转场的添加 / 190
4.1.2	转场的设置 / 192
4.1.3	使用与设置默认转场 / 198
4.1.4	自动批量添加转场 / 200

- 4.1.5 视频转场类型 / 201
- 4.2 运动特效的应用 / 218
 - 4.2.1 使用效果控制面板设置效果 / 219
 - 4.2.2 制作动画效果 / 228
 - 4.2.3 制作画中画 / 237
- 4.3 视频特效的应用 / 239
 - 4.3.1 视频特效的操作 / 240
 - 4.3.2 调色视频特效 / 244
 - 4.3.3 抠像视频特效 / 262
 - 4.3.4 其他视频特效 / 272
- 4.4 创作实训 / 274
 - 4.4.1 视频转场的应用 / 274
 - 4.4.2 运动特效的应用 / 274
 - 4.4.3 视频特效的应用 / 274
 - 4.4.4 在自己的作品中合理运用特效 / 275

第5章 电视字幕 / 276

- 5.1 电视字幕的表现形式 / 278
 - 5.1.1 字幕的种类 / 278
 - 5.1.2 字幕的字体 / 278
 - 5.1.3 字幕的颜色 / 278
 - 5.1.4 字幕的布局 / 279
 - 5.1.5 字幕的长度 / 279
 - 5.1.6 字幕的技巧 / 279
 - 5.1.7 字幕的衬底 / 280
- 5.2 序幕与字幕相结合的片头 / 280
- 5.3 在 Premiere Pro CS5 中制作字幕 / 281
 - 5.3.1 字幕设计窗口介绍 / 282
 - 5.3.2 字幕制作应用 / 296
 - 5.3.3 应用模板 / 298
 - 5.3.4 制作动态字幕 / 299
 - 5.3.5 绘制图形 / 305
- 5.4 创作实训 / 309

第6章 电视声音编辑 / 310

- 6.1 电视声音的分类 / 312
 - 6.1.1 根据声音的音源分类 / 312
 - 6.1.2 根据声音的出现方式分类 / 313
- 6.2 电视声音的编辑 / 313
 - 6.2.1 电视语言的编辑 / 313
 - 6.2.2 电视音乐的编辑 / 314
 - 6.2.3 电视音响的编辑 / 315
 - 6.2.4 电视声音的综合处理技巧 / 316
- 6.3 电视声画组合的关系 / 316
 - 6.3.1 声画统一 / 316
 - 6.3.2 声画并行 / 317
 - 6.3.3 声画对立 / 318
- 6.4 在 Premiere Pro CS5 中处理音频 / 319
 - 6.4.1 音频素材的编辑 / 319
 - 6.4.2 在音频混合器面板中处理音频 / 325
 - 6.4.3 音效制作 / 331
- 6.5 创作实训 / 340
 - 6.5.1 对话的平行与交错剪辑 / 340
 - 6.5.2 音乐的剪辑 / 341
 - 6.5.3 音响的剪辑 / 341
 - 6.5.4 合理处理自己的电视作品中的音频效果 / 341

第7章 常见类型电视节目的编辑 / 342

- 7.1 电视新闻的编辑 / 344
 - 7.1.1 电视新闻的传播特点 / 344
 - 7.1.2 电视新闻的编辑原则 / 345
 - 7.1.3 电视新闻节目的编排技巧 / 345
- 7.2 电视广告的编辑 / 347
 - 7.2.1 电视广告的特性 / 347
 - 7.2.2 电视广告的编辑技巧 / 348
 - 7.2.3 电视广告的结构形式 / 348
 - 7.2.4 电视广告的制作方式 / 349

- 7.3 电视纪录片的编辑 / 350
 - 7.3.1 电视纪录片的结构形式 / 350
 - 7.3.2 电视纪录片的编辑要领 / 351
- 7.4 影视预告片的编辑 / 353
 - 7.4.1 选材和结构 / 353
 - 7.4.2 字幕和画面技巧 / 354
 - 7.4.3 声音的处理 / 355
- 7.5 创作实训 / 355
 - 7.5.1 电视新闻节目的编辑 / 355
 - 7.5.2 电视广告的编辑 / 355
 - 7.5.3 电视纪录片的编辑 / 356
 - 7.5.4 影视预告片的编辑 / 356

参考文献 / 357

The Technology and Creation of TV Editing

•
•
•
•
•
•

THE TECHNOLOGY AND CREATION OF TV EDITING

The Summation of
TV Editing

第 1 章

电视编辑概述

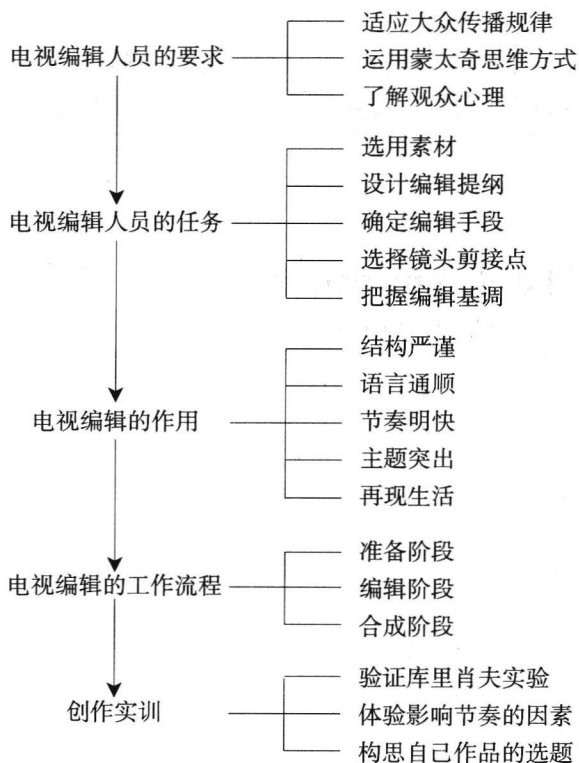
本章主要阐述了电视编辑人员的要求、任务，电视编辑的作用和 workflow，并提出了相应的创作实训任务。

□

【本章学习要点】

通过本章的学习,读者应了解电视编辑人员的工作要求和任务,理解电视编辑的作用和目的,熟悉电视编辑的工作流程。

【本章内容结构】



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,是艺术层面的。本书论述所涉及的“编辑”主要是指第二种含义。

电视编辑是电视片创作的后期环节,它是根据节目的要求对镜头进行选择,寻找相邻镜头间最佳剪接点进行组合、排列的过程。电视编辑以传达创作者的意图为目的,包括三层含义:

第一,电视编辑是将前期采访、构思、拍摄的素材镜头经整理后,确定剪接点和转场方式,把素材镜头进行排列组合,叠加字幕和图形,配以解说(或对白)、音响效果和音乐的处理,形成一部结构完整、内容连贯的电视艺术作品。

第二,电视编辑是一项具有高度创造性的创作活动,它是电视生产创作中的第三度再创作。它以拍摄录制的原始素材(画面和声音)为基础,参照文学剧本,结合导演总的创作意图和特殊要求,进行蒙太奇形象的再塑造,对电视片的结构、语言、节奏加以调整、修饰、增删和创新等,从而加强电视作品的表现力、感染力,使整部电视片风格样式和谐统一、结构严谨、语言通顺、节奏明快、主题突出。

第三,电视编辑是一项艺术性与技巧性相结合的工作。它借助电视镜头的排列组合变化来表达丰富而又多变的艺术内容。一方面,通过画面组接进行电视艺术再创造,必须根据节目内容需要挑选镜头,必须以最能传达出创作者意图的方式决定镜头的顺序,必须确定镜头的长短和节奏以达到创作的预期效果。另一方面,电视编辑人员除了会操作编辑设备、掌握电视画面与声音组接的操作技术技巧之外,还必须掌握有关景别、角度、节奏及节目编排的基本知识和基本技巧。

1.1 电视编辑人员的要求

电视创作是一个复杂的过程。在这个过程中,需要涉及许多创作环节,包括选题、构思、采访、撰写提纲、实际拍摄、后期编辑、配音配乐合成、片头片尾包装等。在这些创作环节中,编辑人员需要负责整个节目的构思、采访、后期编辑与包装、混录合成等一系列工作。根据电视节目的内容不同,对电视编辑人员的要求也不同,比如电视剧、电视纪录片、电视新闻等节目经常在外景地拍摄,要使镜头连贯、流畅、节奏和谐,并有音乐和效果声,必须经过编辑人员的后期制作才能完成;而另一些节目,如利用多机拍摄、即时切换、现场录制等方式制作的娱乐节目或访谈节目,并不需要太复杂的后期制作。根据电视节目类型的不同

同,电视编辑人员在创作上参与决策的程度也有所不同,比如电视剧,编辑经常是在制片或导演的指示下按照分镜头稿本进行剪接,在对镜头的选择和剪接顺序上往往很少有发言权;而在纪实风格的节目中,如纪录片、电视新闻,编辑常常要根据很粗略的脚本进行镜头剪接,编辑的工作对于节目的成功是非常重要的。因此,电视编辑人员必须了解自己的工作要求,并熟练地掌握自己的业务知识,使自己具有良好的专业素质。

1.1.1 适应大众传播规律

电视创作是大众传播的一部分,它的最后价值是通过电视这一传媒广泛传播,为最大量的观众所认可,并产生影响而实现的。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受众的信息收受而追求所谓的纯艺术,就违背了电视品性和大众传播规律,这样的电视编辑是失败的。电视编辑创作应如何适应大众传播规律呢?

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公众的需要;三是这些信息通过某种媒介传出去;四是受众以随意选择的方式接收信息;五是受众会受到所接收信息的一定影响;六是传播效果以各种不同的方式反馈给传播者。

从大众传播的规律可以看出,大众传播是一个双向的传播活动,这就要求电视编辑在创作时必须考虑观众和传播效果,不能单凭个人的兴趣爱好去创作、编辑电视作品。为此,电视编辑要注意以下几点:

1. 提供真实可靠的信息内容

电视编辑在制作节目时要有真实的内容、可靠的信息。比如讲述一件事或表达某种意义时要做到多层次化、多角度、全方位地报道,要科学、客观、公正、真实、符合生活逻辑,同时还要有明确的目的。如中央电视台的《焦点访谈》节目,每一期的内容不论是赞扬还是贬斥,都很巧妙地融进了电视编辑的感情、态度和价值倾向,能较好地完成传播的目的。

2. 分析受众的特点

电视编辑在制作节目时要根据受众的特点有针对性地编辑节目。任何一个电视节目都不可能顾及所有层次的受众,这就要求电视编辑人员在编制节目时根据节目对象的社会化层次(年龄层次、学识层次等)做好节目的定位。在题材的选择、涉及问题的深度、节目的形式、节目的节奏等方面都要考虑特定受众的欣赏特性。如中央电视台的《百家讲坛》的宗旨是“建构时代常识、享受智慧人

生”，是以传授知识为主的栏目，主要面对中学以上文化程度、具有求知欲的受众。节目内容涉及人文科学、自然科学、社会科学。选题范围包括大学通选课、选修课精华，名校有影响的专题讲座、主题演讲，社会各界学者、名流的精彩演讲。因为电视不同于报纸、书籍，其传播的信息转瞬即逝，不易保存下来反复品味，而且过于高深的知识也会限制收视群体，把普通观众挡在门外，因此传播内容适应受众的口味十分重要，必须是观众易于接受、专家能深入浅出地讲解的知识，经过调整，该栏目的选题定位于“历史加经典”、“大众文化口味加流行”。

3. 发挥电视媒体的特性

电视编辑要借助电视这一大众媒体来传播信息，因此在编辑电视片时要充分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。视听综合的传播特性要求编辑尽量利用多种视听要素，立体交叉使用，以便更全面地传送信息；线性传播和稍纵即逝的传播特性要求编辑注意浅显易懂和一目了然，同时还得适当地强调和重复；时效性则要求编辑提高效率，以保证节目的鲜活性，同时随时增加最新的信息动态，以便让受众把握最新的信息；现场感的特性要求编辑能营造一种现场的气氛，让受众有身临其境之感，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；生活化的电视特性要求编辑有一种平视的生活化视点，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，让人意犹未尽。

4. 吸引观众的注意

电视编辑在制作节目时要尽可能使节目吸引观众、抓住观众，叙述节奏上要层层递进，并尽可能多地进行节目的宣传和包装，因为电视观众是以随意选择的方式接收信息的。特别是电视这一大众媒体的选择性最大，如果节目不能吸引观众，观众会立刻转换电视频道。如前面提到的中央电视台的《百家讲坛》，通过运用悬念式的故事结构、转变传播语态（向观众讲故事、说评书）、渗透视听元素（如充分利用画面穿插的剪辑手法，将事先制作好的关于讲座内容的背景资料和形象片断适时地插入讲座之中；背景音乐的恰当选配）等传播方式，调动受众的兴趣。因其选择目前大家最感兴趣、最前沿的选题，形式不拘一格，学理性与实用性并存，权威性与前卫性并重，追求学术创新，鼓励思想个性，强调雅俗共赏，重视传播互动，所以吸引了下及八岁孩童上至八旬老者的关注。

5. 考虑传播的效果

电视编辑在制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的了解，并形成一种效应，使节目产生良好的影响。

6. 重视观众的反馈

大众传播的传播效果是以各种方式反馈给传播者的,这就要求编辑注意与观众的交流,多接受观众反馈的意见,了解观众的所想所需,不断总结经验、接受教训,从而不断改进自己的创作,以获取最佳的传播效果。

1.1.2 运用蒙太奇思维方式

电视创作是视听结合的综合艺术,运用独特的电视语言,以蒙太奇思维方式反映生活。它综合运用听觉形象和视觉形象来传播信息,通过声音信息作用于人的听觉器官,通过图像信息作用于人的视觉器官,使观众产生一种综合的反应并影响其欣赏时的心理。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。蒙太奇是影视制作理论中的一个重要概念。它作为影视创作反映现实、传递信息的一种以形象思维为主要特征的艺术方法,不仅已经成为影视独特的视听形象思维方式,也成为影视作品的基本结构手段、叙述方式和镜头组接的全部技巧。蒙太奇思维方式打破了空间、时间相对完整的限制,把形象的建立放在一个更广阔的运动形态中。它可以把现实空间分解成大小不同的屏幕空间,可以把实际时间压缩或者延展,还可以把不同空间和时间内展开的形象交叉组合在一起。这种自由地表现时空运动的思维方式是电视创作最恰当的表现形式。所以电视创作必须运用蒙太奇的思维方法来组织形象材料,调动光线、色彩、运动、剪辑等一切造型手段来进行艺术表现。

1. 蒙太奇的含义

蒙太奇(Montage)来自法语,原意是建筑学上的“构成”、“装配”,借用到电影中变成了“组接”、“构成”之意。作为影视术语,蒙太奇的含义有狭义和广义之分。狭义的蒙太奇就是指影视作品的组接技巧。即在影视制作后期,将前期采集的画面和声音素材按照主体要求所设计的顺序组合在一起,形成一部完整的影视作品。广义的蒙太奇包含以下几方面:第一,蒙太奇是影视独特的思维方式,它指导着导演(电视记者)、摄像及编辑人员对形象体系的建立;第二,蒙太奇是影视作品特有的结构方法,包括叙述方式、时空结构、场景、段落的布局;第三,蒙太奇是指画面与画面之间、声音与声音之间以及声音与画面之间的组合关系,以及由这些关系产生的意义;第四,蒙太奇还可以指镜头的运用、镜头的分切组接以及场面段落的组接和切换等。

蒙太奇作为独特的影视思维和语言,在电影这门艺术中地位的确立,是有着一段发展史的。1895年12月,法国的卢米埃尔兄弟发明了电影。在电影诞生的初期,创作者是用一次拍摄、不经过剪辑的镜头把生活原原本本地再现给观众,