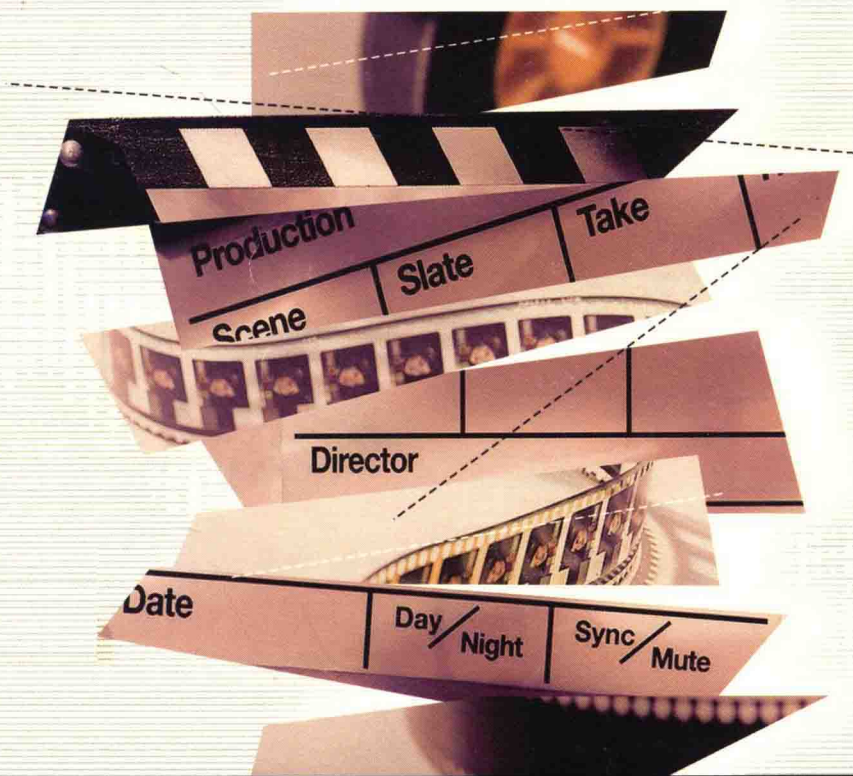


影视节目编导与制作

DIRECTION AND PRODUCTION OF FILM AND TV PROGRAM

从一个导演的视角解读影视节目的创作全过程
讲解影视节目制作的前期从方案策划、前期拍摄
到后期剪辑、制作所需的理论与技术方法

刘林沙 陈 锋 / 主编





影视节目编导与制作

DIRECTORIAL MANAGEMENT AND PRODUCTION OF FILM AND TV PROGRAMS

主编：王卫平
副主编：王卫平、王卫平、王卫平
编委：王卫平、王卫平、王卫平

中国传媒大学出版社



丨普通高等院校“十二五”规划教材丨

影视节目编导与制作

DIRECTION AND PRODUCTION OF FILM AND TV PROGRAM

刘林沙 陈 锋 / 主编

中国林业出版社

图书在版编目(CIP)数据

影视节目编导与制作 / 刘林沙, 陈锋主编. — 北京: 中国林业出版社, 2013.9
普通高等院校“十二五”规划教材
ISBN 978-7-5038-7139-9

I. ①影… II. ①刘… ②陈… III. ①电影制作-高等学校-教材
②电视节目制作-高等学校-教材 IV. ①J93 ②G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 176902 号

影视节目编导与制作

刘林沙 陈 锋 主编

策划编辑 吴 卉

责任编辑 吴 卉 张 佳

出版发行 中国林业出版社

邮编:100009

地址:北京西城区德内大街刘海胡同 7 号

电话:010-83221489

邮箱:jiaocaipublic@163.com

网址:<http://lycb.forestry.gov.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京卡乐富印刷有限公司

版 次 2013 年 10 月第 1 版

印 次 2013 年 10 月第 1 次

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 16.25

字 数 296 千字

定 价 39.00 元

凡本书出现缺页、倒页、脱页等问题,请向出版社图书营销中心调换

版权所有 侵权必究

前言 FOREWORD

本教材依托演艺事业蓬勃发展的大背景，国内高校影视传播相关专业纷纷开设“影视节目设计”或“影视节目制作”相关的课程。立足高校综合性专业学科特色及学生基本情况，以一个导演的视角为出发点，创作影视节目的过程为主线，主要讲解影视节目制作的前期从策划准备到拍摄到后期剪辑制作，如：文案的写作，影视艺术语言——蒙太奇，拍摄构图、光线、色彩、照明、镜头、场面调度、运动镜头等和镜头剪辑原理、剪辑技巧、画面合成等基本理论知识和技术，以及后期剪辑时常用的剪辑软件、影视特效、实拍与动画的结合、配音等影视原理的悉心讲解，有助于同学们学习掌握影视节目编导与制作的整个过程和方法。

本书由刘林沙、陈锋主编，由曹新伟、刘平、李茂娟副主编，本书的编写分工情况如下：

刘林沙（西南交通大学）编写第1章、第5章

陈 锋（四川农业大学）编写第4章、第6章、第7章

曹新伟（四川理工大学）编写第2章

李茂娟（四川农业大学）编写第3章

刘 平（四川大学）编写第8章

本书第5章的图片拍摄与编辑、资料搜集工作由西南交通大学研究生陈默、邹玉婷、赖慧敏完成，其余章节的图片拍摄、收集与处理由陈锋完成。

本书适合影视初学者及爱好者，可以作为专业教材，也可作为非专业的参考书籍，不同的读者会有不同的收获。

编 者

2013年8月

当前，影视行业已经进入产业化大发展的新时代。网络、数字、电信等多媒体渠道越来越和传统影视媒体紧密结合，民营影视制作、发行公司正在蓬勃兴起、逐渐成长。随着影视行业的发展，影视节目的种类也越来越丰富，影视节目越来越趋向于栏目化。本章围绕影视节目的基本含义与分类展开介绍。在此基础上，着重描写影视节目的创作过程所需的人员和各自分工以及完成一期节目的基本内容与人员分配。

目录 CONTENTS

上篇 前期准备

PART 1——PREPARATION

〔影视节目的创意与文案的编写〕

02.

2.1 影视节目的选型与立题——016

2.2 影视节目的创意——016

2.3 影视节目的表现元素——019

2.4 影视节目文案概述——023

〔影视节目概述〕

01.

1.1 影视节目的定义——002

1.2 影视节目的特点——002

1.3 影视节目的类型——003

1.4 影视节目的发展——005

1.5 影视节目的人员及创作——007

〔影视节目的语言艺术——蒙太奇〕

03.

3.1 概述——034

3.2 蒙太奇的形成——039

3.3 蒙太奇的功能——041

3.4 蒙太奇的表现形式——043

3.5 蒙太奇和长镜头——050

下篇 后期制作与营销

PART 3——PRE-PRODUCTION AND MARKETING

中篇 前期拍摄

PART 2——PRE-SHOOTING

〔影视节目的镜头艺术〕

04.

- 4.1 认识摄像与摄像机——058
- 4.2 摄像的基本操作——065
- 4.3 镜头——068
- 4.4 轴线与场面调度——093

〔色彩与影视照明〕

05.

- 5.1 影视照明的技术任务和艺术任务——106
- 5.2 光线的类型和效果以及造型功能——109
- 5.3 色温——114
- 5.4 光与色——118
- 5.5 摄像布光——120
- 5.6 影视照明的基本设备——129

〔影视节目的后期剪辑〕

06.

- 6.1 影视节目镜头组接的原则——138
- 6.2 镜头组接的基本方式——148
- 6.3 选择图像剪接点——153
- 6.4 影视节目节奏的处理——154

〔非线性编辑系统〕

07.

- 7.1 影视节目后期制作的基本术语——160
- 7.2 非线性编辑系统的基础知识——166
- 7.3 非线性编辑中各种素材的制作与处理——169
- 7.4 影视特效制作——212
- 7.5 常用非线性编辑软件——217
- 7.6 非线性编辑系统的发展趋势——222

〔影视节目营销〕

08.

- 8.1 电视节目营销——226
- 8.2 电影市场营销——240

第1章

影视节目概述

SUMMARY OF THE FILM AND TV PROGRAM

1.1 影视节目的定义

指电视台或社会上制作电视节目的机构(如电视广告公司,电视文化传播公司,影视制作公司等)为播出、交换和销售而制作的表达某一完整内容的可供人们感知、理解和欣赏的视听作品。

影视节目广义上可分为电视和电影两个方向。

电视节目指电视台通过载有声音、图像的信号传播作品的节目,是电视台各种播出内容的最终组织形式和播出形式,是电视传播的基本单位。

电影,也称映画。是由活动照相术和幻灯放映术结合发展起来的一种现代艺术。引用希区柯克的一句话——它是投放在矩形区域上的影像。分为动作片、喜剧片、纪录片、科幻片、恐怖片、科幻片、武侠片、动画片、战争片。

1.2 影视节目的特点

民生新闻节目中,从拍摄角度的特点分析,通常的做法是以近景别构图,采访者位于前景、后侧面角度。被采访者位于中间稍后、前侧面角度,这样观众的注意力就会很自然地集中到被采访者身上。

对于纪实性栏目,从拍摄角度分析,通常采用具有很强纪实效果的正后方角度。光线处理上,一般都在强调真实光效之余,艺术再现典型环境中的典型光效。

在音乐电视节目里面,一般采用是移动摄影的手法,基本上综合运用了推、拉、摇、移、跟、升、降等各种手法,并加上近景和特写镜头,从而使画面活跃,增强视觉节奏感和韵律感。在剪辑上,一般选择节奏剪接点,这样能和音乐的风格节奏有机地结合起来,以达到画面与声音的有机统一。

对于晚会节目,一般都对主持人采取正面方向的拍摄,以及多机位拍摄,以便观众能从各个角度欣赏晚会的节目。

在娱乐节目中,多数采取对主持人和嘉宾特写的拍摄方式,以此突出人物复杂的心理状态和思想变化。

对于访谈节目而言,由于要突出画面上主持人和嘉宾的对话和交流、双方的神情以及彼此的位置,采用能将双方都照顾周全的正侧面机位。并且为了表现出一种自然和现场的感觉,一般只在话题转换的时候设置剪辑点。

1.3 影视节目的类型

1.3.1 电视节目

(1) 电视节目栏目化

20世纪80年代,我国电视事业迅速发展,电视节目大量增加,节目种类日渐齐全,但电视台的节目播出经常不准时,严重影响了播出效果。为了解决这一问题,中国电视台适时提出电视节目“栏目化”,从而使其达到规范化、类型化和个性化标准,有利于组织节目制作与安排节目播出。便于大众定时、定期收看,以保证节目拥有相对稳定的观众群。

电视节目栏目化是把同一内容或同一风格的节目归为一个栏目,安排在固定的时间内进行播放,使其有一个固定的名称和时间长度。

栏目化的优点:

- 使节目传播有了统一的秩序;
- 培育相对固定的电视观众群体,有利于收视率的提高;
- 使节目制作的形式与内容更加稳定,定位更明确。

(2) 电视节目分类

电视节目大致可分为新闻类节目、财经类节目、体育类节目、文化娱乐类节目、生活类节目、谈话类节目、军事类节目、教育类节目、科技类节目、少儿节目、老年节目、广告节目等。^①随着电视节目的发展,许多节目的类型复杂多样,包含了多种类型及特点。

新闻类节目:以传播新近发生的意见性信息为目的的一种电视传播手段。其特点是传播迅速、时效性强、传真性强、信息量大、普及率高、群众性强。

财经类节目:财经可以理解为“经济”“金融”“商业”三种含义,财经类节目可分为三种类型。大众财经节目,其主要内容不但包括经济信息、证券资讯和深度财经,还提供一定比例的生活服务和娱乐内容;专业财经节目,直接为投资者提供服务的节目,主要有证券资讯、金融评论、深度报道、案例解读、投资指南等类型;商业频道,专门提供市场或者商务信息的电视节目等。

① 琳恩·格罗斯,拉里·沃德.2007.拍电影:现代影视制作教程[M].6版.廖意苍,凌大发,译.北京:世界图书出版公司.

体育类节目：是指通过电视播出体育比赛的实况画面、报道与体育有关的新闻评论、展现体育内涵的传播活动。^①对于电视观众而言，印象最为深刻的电视体育节目主要在体育比赛传播和体育新闻类栏目等方面。随着社会的发展，电视体育节目呈现出新的特点：体育类节目类型多样化，时效性增强，报道面拓宽，体育赛事的现场直播加强，并同国际规范化的现场直播接轨。我国体育类节目目前可分为以下几种：体育动态新闻（如《体育晨报》《体育快讯》）、体育类深度报道专题节目（如《体育在线》）、体育赛事节目等。

文化娱乐类节目：指通过电视这一特定的传播媒体传播的，大众广泛参与的，以审美性、娱乐性、观赏性、趣味性为突出特点的电视节目。至今，我国的电视娱乐节目已出现了综艺类、速配类、益智类、博彩类、游戏类等多种形式。

生活类节目：切准社会的脉搏，着力反映普通消费者的生活，即以经济为主线，以市场为中心，与消费者同行，以消费为重点，反映生活中的消费问题，揭示消费现象中的规律和特点。生活服务类节目在选题方面可以说是包罗万象，但要注意题材的适用范围和实用性，在“服务”二字上下工夫、做文章。

1.3.2 电影

电影是一种特殊的艺术形式，它的特殊性表现在组成它的众多工作的数量上，电影要表现一个整体的现实和存在，这一概念必须通过摄影、剪辑、表演、电影写作和声音的过程加以实现。我们要对作品的每一个细节精雕细刻，这样就需要其他电影工作人员，如服装设计师、布景设计师、化妆师等。

1895年，法国路易斯·卢米埃尔发明了手提式电影放映机。他们还公开放映了的第一场电影，共有四部《工厂的大门》《拆墙》《婴儿喝汤》《火车到站》。20世纪20年代末期，技术的进步使得电影进入了有声时期，影像开始利用声与画的结合进行表达。如《爵士歌王》1935年，美国拍摄出彩色影片《名利场》，标志着世界上第一部彩色电影真正出现，开启了彩色影片制作的时代。随着时代的发展，出现了3D电影，3D电影巧妙地利用了“偏光”。它以人眼观察景物的方法，利用两台并列安置的电影摄影机，分别代表人的左、右眼，同步拍摄出两条略带水平视差的电影画面。放映时，将两条电影影片分别装入左、右电影放映机。当画面投放于电影银幕前，就会形成左、右“细微”的双重影像。特制的偏光眼镜能将左、右“双影”叠合在视网膜上，由大脑神经产生三维立体的视觉效果，从

① 马雅虹,王昊. 2011,我国体育类电视节目存在的问题及对策[J]. 新闻窗.12.

而展现出一幅幅连贯的立体画面，让观众感受到景物扑面而来、“身临其境”的神奇幻觉。

1.4 影视节目的发展

1.4.1 国外影视节目的发展

美国是全球电视产业的龙头，汇聚了全球排名前十名的传媒公司，如时代华纳、维亚康姆、迪士尼集团、新闻集团、西屋公司等。据统计，世界75%的电视节目和66%的广播节目的生产与制作来自这些集团，它们每年向国外发行电视节目的总量达30多万小时。市场份额占到60%~70%。

在美国庞大的电视产业中，纪录片产业的产值虽然不是最大的，但却有着自己独特的发展道路和体系，而且也有着自己独特的营销和运作模式。在众多纪录片产业化的实践中，Discovery的发展具有非常强的代表性。

当前，国外电视节目注重节目对接受者欣赏层级的定位及细分，根据艺术与视知觉的简化原则，策划电视节目的核心就在于尽可能减少观看时的障碍，使得创作者的意图最大限度地为观看者理解并接受，并使电视节目与观看者互动参与的程度达到最佳状态。

而现今好莱坞电影更成为了一种独特的文化，好莱坞电影的发展总体来说可以分为经典好莱坞电影和新好莱坞电影两个阶段。

经典好莱坞电影基本成型于上世纪初。当时观众的欣赏口味偏向于古典叙事风格，有声技术的运用也使电影中复杂的叙事与流畅的对话成为可能，这一切促成了经典好莱坞电影浓重的戏剧化风格。西部片作为最“美国化”的类型片在经典好莱坞时期占有重要的地位。

新好莱坞电影中商业电影艺术化、艺术电影商业化成为这一时期电影发展的一个趋势，许多欧洲艺术电影的处理方法被用于好莱坞电影中。《美国美人》对于镜头、色彩、光线等细节的处理精彩而独特，颇具艺术电影的风采，而影片中传达出的对于社会的关注也传承了新现实主义和新浪潮的精神。

1.4.2 国内影视节目的发展

(1) 国内电视市场

总体来说，目前中国电视节目的生产数量仍远满足不了播出需求。从近5年

电视台频道数量的增长与播出数量的增长对比来看,频道数量的增长速度大于播出节目数量的增长速度,节目市场需求很大。中国广播电视节目的市场正处于形成和培育期,充满了旺盛的生命力,拥有极大的市场拓展空间。

从近两年的收视分析看,电视剧播出方非常“迷恋”这几类题材:都市生活、社会伦理、近代传奇和谍战剧。2010年这四类剧整体播出比重达到50.1%,2011年1月至2月19日,整体比重有所下降,但依旧高达47.6%。^①

目前电视剧发展趋势可以概括为:各大省级卫视自制独播剧将逐年递增;港、台(含合拍)电视剧集将逐年稳步增长;日韩、海外剧集将长期稳占一定市场份额;民间资本涉足影视的规模和程度将逐年增加。^②

(2) 国内电影市场

尽管电影与电视已形成龙虎相争的局面,但把影视艺术作为一个整体来观照,依然还是一个相同的整体。中国影视艺术的剧烈动荡还是出现在20世纪90年代,此前随着电视及其他媒介的改革发展,跃进的气势已经逼使电影开始革故鼎新,娱乐大潮山雨欲来。

中国电影市场在2010年,可谓风生水起。电影票房成功突破百亿大关,成为了电影史上具有里程碑意义的一年。

如今的影视制作已迈进数字化的新时代,电脑制作技术和手段已逐步取代传统的制作设备、手段和方式,这种发展趋势已带来了影视制作的一场新与旧、现代与传统间深刻而广泛的革命。以往电视节目传统的后期制作系统是由分工不同的多个技术人员(电子编辑、电子字幕、普通特技、三维数字特技、混合配音等)按程序依照记者和编导的创作意图逐个完成,只是承担设备操作的任务。进入多媒体时代的电视制作行业,已将电视特技编辑、音响效果、电脑图像创作合为一体,因此制作人员以往纯技术性的技能已远不足够,而需要融技术与艺术为一体,这就促使技术人员必须注重和加强自身对音乐、美术及综合艺术方面的学习和提高,以不断适应发展的要求。制作人员们因为占有熟知设备的各项功能的优势,只要注重提高自己艺术方面的素养,就能很快胜任这类软硬件相结合的工作,成为融技术艺术于一体的人才。

① 2011“开年剧”收播特点与电视剧市场趋势

② http://blog.sina.com.cn/s/blog_58dc7b860100q15d.html

1.5 影视节目的人员及创作

1.5.1 影视制作系统

无论是拍摄电影、电视剧、商业电视广告，还是艺术短片等，都要经历文学剧本的创作、分镜头剧本的改写、前期拍摄、后期剪辑、声音创作、复制等环节，才能在市场上发行进行传播。因此在开拍前，我们要做到胸有成竹，熟悉每一项工作环节，为拍摄做好充分的准备。影视节目的制作一般要经历构想、筹备、拍摄、后期制作几个流程。

(1) 构思阶段

这一阶段的核心人物是制片与编剧，主要是完成整个作品的构想，并确保可行性。

(2) 前期制作

这一阶段的核心人物是导演与制片，主要是组织整个拍摄组工作、挑选演员、选景以及制作出进度表等工作。

(3) 拍摄阶段

拍摄阶段一般会将工作人员分为不同的工作组来进行合作。

(4) 后期制作

后期制作阶段涉及动画、字幕、特技等的诸多问题汇总，由导演对以上各个环节的工作提出设想和要求，并取得共识，力争达到艺术效果的统一，最后需组织人员审看节目，并为复制拷贝，发行做好准备工作。在画面和对白完成之后，就根据故事的需要录制音效。同时导演会聘请作曲家根据电影或节目的气氛配乐。

1.5.2 影视节目创作人员

一个好的作品，需要一个好的创作队伍，接下来描述的是影视节目中的创作人员。

制片人 制片人也可称为“出品人”，负责统筹指挥影片的筹备和投产，有权改动剧本情节，决定导演和主要演员的人选等。制片人大多懂得电影艺术创作，了解观众心理和市场信息，善于筹集资金，熟悉经营管理。如果把拍摄电影的整个体系看成一个工厂的话，制片人在这个工厂的职位应该是厂长，导演应该是技术总监的职位。

导演 导演要负责的只是最终成片的质量和内涵。作为影视创作中各种艺术元素的综合者，导演组织和团结剧组内所有的创作人员、技术人员和演出人员，发挥他们的才能，使众人的创造性劳动融为一体。一个好的导演应该具备良好的艺术教育底蕴，有活跃、好奇的思维；喜欢真正走入人们的生活中去；并且要最大的发挥人们的优势，深谙每人不同的特长并能合理利用发挥；最主要的是有无尽的耐心。

监制 电影生产中有时把制片人称为监制。监制这个角色，曾有人这样说：“他通常代表制片人或制片公司法人，由他负责摄制组的支出总预算和编制影片的具体拍摄日程计划，代表制片人监督导演的艺术创作和经费支出，同时也协助导演安排具体的日常事务。在摄制组里，监制和导演往往又是一对矛盾，他们常常是针锋相对，各执己见，互不相让，只有到了拍完影片，他们才握手言和。”^①

演员 演员是对戏剧、电影、音乐、舞蹈、曲艺、杂技等表演者的通称。一般是指运用本人的容貌、体态、气质以至本人的个性来创造人物形象的演员。其所创造的每一个人物形象，似乎都是那个演员自己，可又是另一个鲜明的人物性格。

编剧 编剧是剧本和文字撰稿的创作者，主要以文字表述的形式完成节目的整体设计，既可原创故事，也可对已有的故事进行改编（须获得改编权）。一般创作好剧本后，编剧会将剧本交付导演审核，若未通过审核，则可与导演一同进行二次创作（剧本的修改权归编剧所有）。根据所从事的职业领域不同，编剧一般分为：电影编剧、电视编剧、话剧编剧等。

摄像 摄像主要负责控制摄像机和摄像机的运动，一般分为技术性摄像与编导型摄像。因节目样式不同，如新闻节目重在叙述事件、散文诗（文学）节目重在表现情感，需要制定不同的拍摄方案。摄像时要求：稳、平、准、匀。

灯光师 灯光师是电视图像的创作者之一，又有“照明师”之称，无论电影、电视，其画面除开暗的就是亮的部位，也有亮暗同时存在于一幅画面的。运用明暗进行巧妙的画面构图，则是图像艺术创作中十分重要的表现手段。灯光师的工作与摄影师的工作同步进行。在内景拍摄的节目，如新闻、专题、电教、文艺晚会、体育比赛等节目中灯光任务就更繁重。

录音师 录音师首先要提前检查声音和录像设备，做到提前排除故障。录

① 百度, <http://baike.baidu.com/view/605014.html>.

音助理主要是维护好音响设备,协助录音师选择场所,拉直、连接、移动电缆等工作。目前录音分为同期录音和后期录音,还有配音等,录音师也称为混合录音师。

美术师 美术师旧称“布景师”、“美工师”,是影片造型设计的主要创作人员。美术师的工作,从研究剧本开始,由分析人物入手,根据剧情和剧本主题,结合自己的生活体验和资料积累,进行影片的造型设计。即以化装、服装、布景、道具等造型手段创造剧中人物的外部形象和影片的空间环境——符合人物规定情境,具有时代感和地域特点,并为人物的活动提供较多动作支点,有利于场面调度和拍摄的艺术空间。美术师应具有较高的文艺素养和绘画造型能力,并能熟练掌握影片视觉体现的特有规律,善于组织和指导有关美术造型部门的工作,以努力体现总体设计意图。

服装师 影片拍摄期间,服装师是负责收集与保管服装的工作人员。服装师要有丰富的文化底蕴,对色彩、服装款式以及流行元素的把握要有个人独到的理解。

化妆师 化妆师根据影片总体造型设计的要求和演员形貌的特点,设计角色的化装造型,指导制作各种化装造型所需要的零配件的制作,完成全片人物的试装和定型。在拍摄过程中,化妆师负责保持人物造型的连贯性,并随着人物性格、情绪、年龄、境遇等因素的变化,予以相应的修改,以保持角色外部形象的真实感。

场记 担任场记这一工作的专职人员的主要任务是将现场拍摄的每个镜头的详细情况:镜头号码、拍摄方法、镜头长度、演员的动作和对白、音响效果、布景、道具、服装、化妆等各方面的细节和数据详细、精确地记入场记单。

道具 道具人员负责道具部门的美术创作,设计、组织、制作、购买各种道具。道具人员必须有很好的组织性,使适当的道具必须准时出现在适当地方。

剧务和场务 剧务和场务主要负责影视节目中的后勤工作,如吃、喝、住、行等,及必要的现场工作。

剪辑师 剪辑师负责选择、整理、剪裁全部分割拍摄的镜头素材(画面素材和声音素材),运用蒙太奇技巧进行编纂组接,使之成为一部完整的影片。剪辑师在深刻理解剧本和导演总体构思的基础上,以分镜头剧本为依据,通过对镜头(画面与声音)精细而恰到好处的剪接组合,使整部影片故事结构严谨,情节展开流畅,节奏变化自然,从而有助于突出人物、深化主题、提高影片的艺术感染力。作为导演的亲密合作者,剪辑师通过细致而繁复的再创作活动,对一部影片