

电视专题片的后期编辑初探

张觉芳

(江苏省气象影视中心, 南京 210008)

提 要

简单介绍了电视专题片编辑的流程,从镜头的如何选择,剪辑点的正确确定,特技使用原则到音频元素的应用,合成阶段注意事项等编辑过程中的一些技术规则及经验体会,介绍了“低限长度”“画面意识”“电子制作大师”等概念,最后还简单讨论了我国影视界长期以来技术和艺术分工过细的问题,阐述了影视工作人员自身素养必须进一步完善的观点。

关键词: 编辑 镜头 视频 音频

引 言

气象影视业自开拓至今已有长足的进展,但当今时代是高科技迅猛发展的时代,大型计算机、数字化智能化摄像机、视频切换台、非线性编辑系统等先进的电视制作设备的问世,在为影视节目的发展提供了强大的制作功能的同时,也对影视业本身提出了更高的要求,气象影视工作者只有不断努力,不断充实自己才能适应本行业的迅猛发展。

本文将浅述在编辑专题片过程中的一些体会,鉴于目前我国各省气象影视中心使用的编辑用具大都是非线性编辑机,因此我们将从非线性编辑角度出发,来阐述一些技术和概念。另外,我们也将探讨工作人员自身素养完善的问题。

非线性编辑的基本工作流程为:准备工作、视音频采集、视频编辑、后期音视频合成输出等。下面我们将分别叙述。

1 准备工作

1.1 认识要编辑的对象

一部片子的编辑工作应该不是一项纯后期的工作,如果前期时间有暇的话,多功能的编辑工作可以化腐朽为神奇,编辑的成功与否,直接影响专题片的完整性和感染力。因

此编辑人员必须对专题片的创作意图、整体构思、主题内容、人物(如果有的话)乃至情景、气氛等都有较深刻的理解和把握,才能编出一部好片子来。

1.2 采集素材

非线性编辑系统是目前较理想的后期节目制作环境,具有编辑的方便性、随意性和多代复制画质无损失等优点。应该说是一个方便灵活可靠的系统。采集素材似乎是很简单的,要提醒大家的是,采集素材工作重要的一环就是要有一套科学的组织和管理素材办法,素材录入要设定完整的素材采集信息,素材采集信息一般包括:素材名、编号标识,对应素材库名等等,同时也要求每个素材带上详细的场记,这样可以大大提高编辑效率。

2 编辑

编辑过程中大多数时候是在不断地重复选镜头、确定剪辑点、上下镜头连接等工作。

2.1 镜头的选择

素材采集完之后,编辑的第一步就是选镜头,选镜头需要兼顾以下几个方面:素材本身的质量,美学质量及所表达的内容。

素材本身的质量是指技术质量,比如曝光是否正确,镜头中有推拉摇的其变化速度

是否均匀,影像是否清晰等等。

美学质量顾名思义是指镜头画面是否美观,构图色彩,用光整体效果等,有时还要考虑最后合成时所加其他元素的协调性,比如音效元素。

镜头画面意义所表达的当然是和节目对应内容相关的,镜头再漂亮但如果和内容毫无关系的话应该坚决舍弃,相反,一些镜头如果质量稍差,但叙事必需又不可能用其它镜头替换,那就一定要留下来,这些镜头会发挥出现实感和真实方面的魅力。

选镜头这一步需要说明的是,切忌硬生生地——对应地对着内容死贴画面,那样很容易造成画面之间的不连贯不协调,无论从美学还是所表达的内容来看,镜头应该是组成组地使用的,这样更有整体性和完整性,对于一些由于种种原因无法拍摄到的内容,可用相关联的镜头形象地去表达,比如要表达幼年可用玩具,心情不好用风雨的天空等。

2.2 镜头长度的确定

一个镜头到底应该用多长? 2 秒? 8 秒? 18 秒? 这个问题很多人都遇到过,每一次镜头的转换,都让观众的注意力发生转换,镜头的长短直接影响该镜头对观众的刺激程度和被观众的接受程度,镜头的长短的取舍取决于很多方面,节目具体内容及上下情景变化等,首要的还是所编节目的板块类型。娱乐性宣传性的节目板块使用的镜头大多较短。比如 2000 年的申奥片,片长 4 分钟,也就是 240 秒,很多人都看过,但可能很多人都不知道,它一共用了 240 个镜头,平均长度是一秒钟一个。是不是很令人咋舌,但正因为如此才使得此片子在短短的 4 分钟里发挥了冲击性震撼性的效力。然而在纪实类板块节目中就无需如此,科普类也是,镜头要长一些,讲究不得短于“低限长度”。所谓“低限长度”是指一个镜头最起码要让观众看清是什么内容的长度。如果剪辑点位置在“低限长度”之前

会产生因镜头时间不足,信息接受被突然中断,而导致观众视觉不适应;相反,如果镜头太长信息量又不是太多的话,就会让人觉得很拖,很乏味,直接导致观众换台。所以镜头长短的确定也是重要的一环,一方面要注意“低限长度”问题,另一方面还要注意视觉节奏。

2.3 镜头间的衔接

常用特技及其使用原则:常用特技有切入切出、淡入淡出、划入划出、化入化出、叠印、定格、卷页等等。刚开始的时候,有些人会被机器上的特技弄的眼花缭乱,觉得都很好看,但事实上如果不是特别需要建议大家少用花哨的切换。特别在我们的节目中,强调的是事实性和科普性,这一类板块型的制作要求是停留在于硬切,淡入淡出等基本特技上的,特别是当素材很成组的情况下,硬切是较高水平的象征。那么一些广告或娱乐板块型的节目中则正相反,谁的花样玩得新奇、玩得恰到好处谁就吸引眼球。

2.4 关于音效

到目前为止,我们做的大多仍是气象科普片。在较多人的感觉中,总以为科普片就应该较严谨较严肃,象教师上课学生听课。虽然这样能把一些深奥的概念解说到位了,但过于严肃的气氛会失去观众。让我们来看看 DISCOVERY CHANNEL 的东西,很吸引人,它的片子中有一个与我们的节目不同的地方,就是它有大量的音效。大家一定记得它的片头,非常的气势磅礴,一大半要归功于它恢弘的背景音效的威力。试想一下,狂风暴雨电闪不断的画面如果没有一点背景声,那还有什么震撼力;清晨幽静的小巷镜头上如果加上自行车由近而远的叮铃声是不是“此时有声胜无声”了。音效在刺激观众听觉的时候,触发观众内心的深一层的感觉,可以大大增强片子的渲染力和吸引力。对于一个完成的产品,音效绝对是成败的因素之一。

3 合成

片子初步剪辑后,还要进行第二遍第三遍四遍五遍等的精编,完成版的节目还要加上字幕,配解说词,音乐,音响效果等,由于这些都在不同的轨道上,所以有合成一说。对合成后的节目要反复推敲以下几点:每个镜头的质量是否过关,与前后镜头协调性,表述正确性,转接是否自然,音视频同步问题,有无夹帧现象,字幕有无错漏情况等等,确信这一切都到达了你能做到的最佳状态了,这时候,节目编辑基本完成。

这里还有一个问题顺便探讨一下,就是究竟是先写解说词还是先做前期的拍摄剪辑等工作?应该说通常有这样的规则:先写解说词的,对所写内容对应的素材画面可取性要心中有数,也就是说写的时候要有画面意识;反之,后写解说词的,事先的策划要比较完整,可以是粗线条的,但一定要有完整的框架,同样,策划也讲究画面意识。那么到底谁先谁后,没有生搬硬套的死条例,视节目风格而定,前期创作条件有所不同,后期编辑程序上也自然不同。

4 编辑人员自身专业素养的完善

后期编辑决不是简单的镜头堆砌,而是

赋予节目以认知和美的魅力。在我国,气象电视节目是由我们气象界的工作者拓展开来的,电视事业的日益腾飞对我们气象影视这支队伍从业人员的职业技能不断提出更高的要求。目前,大多数省气象影视中心编导和剪辑人员是分得较清楚的,其实应该说在我国整个影视界,都是将技术和艺术分为两个行业,技术人员较多注意硬件的开发和运用,对艺术缺乏关注和研究;而大多数编导人员对现代电子技术方面仅有一点粗浅的了解,这种分工,在很大程度上限制了节目创作向更高层次发展。在国外,早就把这两者结合在一起,工作人员均有很强的电视技术功底,又具备相当的艺术创作才华。这类人才目前在世界影视制作界被称为“电子画家”或“制作设计大师”。在美国的各类影视制作公司里,这类人才比比皆是,这正是好莱坞生产的影片几十年称雄世界的原因。面对这样的世界动态,我们的编辑人员自身专业素养的完善及不断提高应引起充分重视,学习和借鉴国外的先进体制和经验,一岗多能,让我国的气象影视界也能涌现大量的“电子画家”、“制作设计大师”,为我们的气象影视业开创出无限的发展空间。