

主管：国家新闻出版广电总局

影视制作

Audio & Video Production

06 月号

2018

VOL. 24

第三届

中国出版政府奖

期刊奖提名奖

影视摄录 · 视频编辑 · 包装·策划 · 特效·合成 · 三维·动画 · 虚拟·演播 · 存储·网络 · 音频制作 · 灯光舞美



妈妈是超人3
Super Mom 3

《妈妈是超人3》： 纪录式综艺剪辑的 平衡感与观赏语境建立

将打动自己的
普通人故事传达给观众
——专访著名纪录片导演 萧寒

临时新闻演播室中灯光系统的设计
——内蒙古广播电视台“十九大新闻报道”北京演播室灯光制作心得

昆明广播电视台“电视+互联网”全媒体直播平台建设

街舞类综艺节目的设计与制作
——以《这！就是街舞》及《热血街舞团》为例

ISSN 1673-5218
0.6
9 771673 521093
邮发代号：2-547 (月刊)



2018年 | No.06 | Vol.24

主管:国家新闻出版广电总局

主办:国家新闻出版广电总局广播电视规划院

协办:国家新闻出版广电总局科技委电视专业委员会

出版:国家新闻出版广电总局广播电视规划院信息研究所

办刊宗旨

- 介绍先进的影视制作技术及设备
- 促进制作技术与艺术的完美结合
- 普及基础知识,交流制作经验
- 推动影视业整体发展

声明

- 本刊已加入《中国学术期刊(光盘版)》和“中国期刊网”,作者著作权使用费与本刊稿酬一次性给付。作者不同意将文章编入该数据库,请在来稿中声明,本刊将作适当处理。
- 文章观点不代表本刊立场。
- 凡在本刊刊登,并由本刊支付稿酬之作品,均视为该作者已将该作品之全部权利转让给本刊,且允许本刊以任何形式(包括但不限于平面传媒、网络传媒、光盘等介质)使用、编辑、修改;本刊有权对该作品再次使用,并可授权给第三方而无需另行支付稿酬。
- 未经本刊书面许可,任何单位和个人都不得以任何形式使用(包括但不限于通过纸媒体、网络、光盘等介质转载、张贴、结集、出版)该作品。

自助投稿系统:tougao.lieku.tv

本期 特别推荐



2018年,网络综艺整体的呼声更高,几大视频网站年输出的综艺节目累计高达200余档,迎来了行业的百花齐放。“综N代”及新综艺,从职业、知识、情感、游戏、美食、旅行、推理等多角度广泛引起受众共鸣,首播破亿的节目接踵而至,网综在整个时代文化中成为主流。平台与创作者也更注重后期制作的品质,专业级制作渐渐成为行业的圭臬。回归节目的制作本体,网综最令人期待的是制作创新,是影像产生的“更多的表意功能”,以及在经过剪辑与动画包装强调后的意境。后期制作业已成为节目不可或缺的重要部分。景晰智作团队受邀全程负责《妈妈是超人3》的后期制作工作,在实践过程中从视听表达、观众心理几个角度探讨了亲子类型网综制作的新思路,也为网综后期制作标准化发展尽了绵薄之力。

Contents 目录

主编视角 | View Of Chief Editor

- 【08】众声喧哗时代,新闻立台更需要观点支撑 李新民

观潮 | Focus

- 【16】《妈妈是超人3》:纪录式综艺剪辑的平衡感与观赏语境建立 王慧婧

名人访 | People

- 【29】将打动自己的普通人故事传达给观众——专访著名纪录片导演萧寒 孙琳

制作圈 | Production Industry

- 【34】从世博圆形剧场看制作电视科技节目的舞美视觉空间把握 张勇 丁文利 高华

P10

微观点 | Viewpoint

P11

微精选 | Digest
数字 | Figure

P12

新闻 | News

P29

将打动自己的 普通人故事 传达给观众

——专访著名纪录片导演 **萧寒**

高级顾问:黄升民

Senior Advisor: Huang Shengmin

主编:李新民

Chief Editor: Li Xinmin

执行主编:何剑辉

Executive Chief Editor: He Jianhui

副主编:孙琳

Deputy Chief Editor: Sun Lin

责任编辑:陈晨

Managing Editor: Chen Chen

编辑:李丹

Editor: Li Dan

发行:张晓莉

Publish: Zhang Xiaoli

美编:郑欣

Art Designer: Zheng Xin

联系电话: 010-86092463

010-86092517

010-86093475

自助投稿系统: tougao.lieku.tv

联系邮箱: yszz@abp2003.cn

发行热线: 010-86092062

广告经营许可证:京西工商广字第0029号

刊号

国内发行:北京报刊发行局



全国各地邮局

号:2-547

ISSN1673-5218

CN11-5863/TN

定价:每本20元

中国邮政
微信订阅

P51

临时新闻演播室中灯光系统的设计

——内蒙古广播电视台“十九大新闻报道”
北京演播室灯光制作心得

Contents 目录

摄录地带 | Video Graphy

- 【42】 戛纳国际电影节入围影片《路过未来》
摄影指导王维华揭秘幕后 ARRI
- 【46】 摄像机操作控制面板预监功能的实现 林凡
- 【51】 临时新闻演播室中灯光系统的设计
——内蒙古广播电视台“十九大新闻报道”
北京演播室灯光制作心得 郝煜

音画制作 | Post Production

- 【55】 金帆奖立体声音频校准信号的一种制作方法 李海彬 刘海兰
- 【61】 农业栏目片头《常熟新农村》
制作方法与思考 徐小英 曹宝 冯欢
- 【67】 电视栏目包装中的金属特效制作案例解析 姚立峰 洪萍

系统网络 | System Network

- 【72】 广东广播电视台
新闻直播室安全播出改造 陈胜塔
- 【76】 辽宁广播电视台350平
新闻演播室的创新设计 付金侠
- 【81】 昆明广播电视台“电视+互联网”
全媒体直播平台建设 黄姝

P81

昆明广播电视台“电视+互联网” 全媒体直播平台建设

P85

街舞类综艺节目的设计与制作 ——以《这！就是街舞》及《热血街舞团》为例

编委会

主任:何宗就

副主任:高少君

编委:(以姓氏笔划为序)

丁文华	丁立	丁诚	卫锋	王长生	田方
刘戈三	刘建宏	陈甲振	李锋	范晓琳	孙苏川
张军	张建平	张红	范创奇	周新霞	周锡福
郑福双	赵子忠	姚平	姚威	贾占林	凌华生
徐国银	曹建军	黄辉泽	黄培建	傅峰春	童世和
谢九如	谢家谊	雷振宇			

支持单位:(排名不分先后)

中央电视台	上海广播电视台
北京电视台	天津电视台
江苏省广播电视总台	广东电视台
广西电视台	浙江广播电视集团
辽宁广播电视台	陕西电视台
福建省广播影视集团	贵州广播电视台
江西广播电视台	甘肃省广播电影电视总台
山东电视台	云南电视台
山西广播电视台	黑龙江电视台
内蒙古电视台	吉林电视台
湖南广播影视集团	湖北省广播电视总台
河北电视台	河南电视台
安徽电视台	海南广播电视台
重庆广播电视集团	四川广播电视台
南京广播电视集团	广州电视台
深圳广电集团	宁波电视台
国家中影数字制作基地	

.....

Contents 目录

数字艺术 | Digital Arts

- 【85】 街舞类综艺节目的设计与制作
——以《这！就是街舞》
及《热血街舞团》为例 柯弄璋
- 【88】 《芳华》：于人生舞台的蜕变 何洪池 李劲
- 【91】 传统文化元素
在动画创作中的运用与融合 朱明秀

产品信息 | Products Information

- 【94】 佳能发布两款L级EF远摄变焦镜头新品
- 【94】 ARRI为AMIRA增加ARRIRAW录制功能
- 【95】 大疆如影 Ronin-S 手持云台正式发售
- 【95】 洋铭4K 360度全景摄像机CC-360
亮相成都第74届中国教育装备展示会

【96】 看点 | Highlight

广告索引

封二 索尼	P03 BMD
封三 BIRTV2018	P05 BMD
封底《影视制作》征订	P07 《广播与电视技术》宣传
P01 松下	P09 广电认证



李新民 本刊主编

众声喧哗时代， 新闻立台更需要观点支撑

随着技术和社会的进步，人们的信息消费方式、消费内容以及消费体验也不断改变，从古老的人际传播到如今的网络传播，大众传播的格局发生了根本的变革。在“人人都是麦克风”的今天，新闻的定义不仅包括新近发生的事实报道，也包含了越来越多的大V发帖、粉丝@、民众吐槽、朋友圈转发和官方发言、官媒发声。在众声喧哗时代，媒介环境的巨大变化，让新闻立台更需要观点支撑。

新闻已经不“新”，新闻首发与转发的时间间隔，常以“分”计算，传统电视受播出时段和观众收视（开机）习惯限制，在新闻时效性上已经输给了网络新媒体，即使是新华社发的通稿，也常常被网络媒体捷足先登。信息时代，世界变得越来越“透明”，太阳下没有新鲜事，“快”越来越不体现为新闻的播发速度，而是看谁能在第一时间发出对新闻事实的评述。

独家新闻已无保鲜期，瞬间的海量转发，让“独家”的价值大打折扣。新媒体的本质不是信息原创性生产，而是便捷的二次销售，在大家都在争做平台的媒体生态下，有价值的独家新闻越来越少，但真正有品质的独家观点却依然稀缺并日趋吃香，“独家”的价值越来越体现在观察的角度，站位的高度，思考的深度和体贴的温度上。

信息严重过载，受众不缺新闻，缺的是对新闻的关注和解读。一条新闻发出后，有无传播价值或有多大价值，关键是看其能否成人们关注的“头条”“二条”，能否成为人们茶余饭后和网上热议的话题，而议题的设置是传统电视新闻立台的制高点。网络传播存在“潮汐”特点，一个热点事件热度一般在3-7天，在此期间，各种观点百家争鸣，在这个时间点能否提炼出一个广泛关注的议题并引领舆论，是对媒体引导力的考验。

众声喧哗，不缺声音，缺的是能振聋发聩、一锤定音的“好声音”。好的新闻评论对社会舆论具有强大的引导力，是新闻的灵魂，媒体的旗帜，新闻评论节目的好坏，往往代表一个台舆论引导水平的高低，在众说纷纭的时候，能提出与众不同的正见，发出独特的声音并被大众所认同，是提升媒体影响力的关键所在。

全媒体社会，不缺媒体，缺的是值得信赖的媒体。据《中国社会心态蓝皮书》调查，中国是一个低信任度社会，从熟人社会到陌生人社会，相应的信任机制还未建立，“老不信”成为普遍的社会心态，提升媒体的公信力是新闻立台的当务之急。电视不只是党和政府的喉舌，也是人民的喉舌。应发挥自身专业性、权威性和公共性优势，通过公信力的建设，使自己在媒体中脱颖而出。

多元社会，不缺个人意志，缺的是社会共识。中国正处在社会转型和矛盾多发期，利益多元，思想多元，文化多元成为常态，如何实现思想文化领域多元一体，是社会安定团结的政治基础。强化对新闻事件及时、准确的评论，建立话语权威，做有思想有观点的主流媒体，是各级电视台在引导舆论构建社会共识中必须承担的责任。

当今时代，媒体增多，受众分散，信息泛滥，思想缺失，信息唾手可得，新闻传播的竞争已由信息的流量、流速转变为信息的质量和份量上。电视台作为主流媒体，可以缺少独家报道，但不能没有独家观点；可以缺席新闻头条，但不可以缺席观点头条，没有观点的电视台必然走向平庸，坚持新闻立台，必须强化评论强台。

李新民