

主管：国家新闻出版广电总局

# 影视制作

Audio & Video Production

07 月号

2018  
VOL. 24



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

## 4K 超高清 落地进行时

**摄影**  
是我寻找生活意义的出口  
——摄影指导蔡涛专访

9.0高分电影《我不是药神》  
摄影指导王博学专访

电视节目拍摄轻型趋势探讨  
——SMG新闻、专题纪录片及真人秀节目  
制作中的轻型设备使用

“一带一路”报道如何讲好中国故事  
——以湖南电视系列专题片为例

ISSN 1673-5218



邮发代号：2-547 (月刊)



2018年 | No.07 | 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。作者不同意将文章输入该数据库,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

2017年12月23日,广东广播电视台4K试验频道(影视)启动了4K超高清电视的试验播出,作为国内首个试验播出的4K频道引起了全行业的关注。2018年7月6日,试验频道完成了实验任务,停播,这代表着前期的试验告一段落,目前广东广播电视台正在申请正式的全天候的超高清频道,正式开启完整的4K频道运营。4K的发展已经势不可挡,全国多个省市电视台也加快了4K技术研究和节目制作的进程。为此本刊特采访了广东广播电视台和广州广播电视台,梳理了当地4K产业的发展现状、技术瓶颈和未来规划,以期对4K发展起到借鉴作用。

## Contents 目录

### 主编视角 | View Of Chief Editor

- 【08】 娱乐不是问题,问题是“愚”乐 李新民

### 观潮 | Focus

- 【16】 4K超高清落地进行时 孙琳 李丹

### 名人访 | People

- 【26】 摄影,是我寻找生活意义的出口  
——摄影指导蔡涛专访 陈晨

### 行业报道 | Industry

- 【32】 第12届华协体发展峰会暨“智慧媒体·创新广电”  
开放论坛成功举办 本刊编辑部

P10  
微观点 | Viewpoint

P11  
微精选 | Digest  
数字 | Figure

P12  
新闻 | News

# P26

## 摄影， 是我寻找 生活意义的出口

——摄影指导蔡涛专访



## 9.0高分电影《我不是药神》 摄影指导王博学专访

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

ISSN1673-5218  
刊号 CN11-5863/TN

国内发行:北京报刊发行局  
订购处:全国各地邮局  
邮发代号:2-547  
定价:每本20元



中国邮政  
微信订阅

# Contents 目录

## 摄录地带 | Video Graphy

- 【34】 极端环境下4K纪录片  
前期拍摄与DIT流程实践 赵博
- 【39】 电视节目拍摄轻型趋势探讨  
——SMG新闻、专题纪录片及真人秀节目  
制作中的轻型设备使用 顾婉卿 汤捷 黄海 王岑巍
- 【43】 9.0高分电影《我不是药神》  
摄影指导王博学专访 ARRI

## 音画制作 | Post Production

- 【51】 电视新闻特别节目中字幕系统的设计 黄硕
- 【57】 篮球立体声的制作与探索 包振锴
- 【61】 过年宣传片制作创意与实现 高智飞

## 系统网络 | System Network

- 【65】 AR沉浸式全景演播室系统中的关键技术应用 林卫
- 【70】 4K超高清视频  
近距离无线传输技术探究 张伟
- 【73】 基于科学管理的电视节目制作  
部门应急预案 路仁杰 吴淑敏 丁宇慧 吴晓红

# P39

## 电视节目拍摄轻型趋势探讨 ——SMG新闻、专题纪录片及真人秀节目 制作中的轻型设备使用

# P79

## “一带一路”报道如何讲好中国故事 ——以湖南电视系列专题片为例

### 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

- 【79】 “一带一路”报道如何讲好中国故事  
——以湖南电视系列专题片为例 王可
- 【84】 社会心理与电视剧阶层书写倾向  
——以《欢乐颂》《小别离》为例 朱超亚
- 【90】 生命与诗歌的留白  
——评《我的诗篇》空镜头的运用 高俐

### 产品信息 | Products Information

- 【94】 索尼发布首款远摄大光圈镜头EF 400/2.8 GM
- 【94】 Adobe推出移动端的专业视频剪辑软件
- 【95】 索尼PXW-Z190计划9月上市
- 【95】 大疆如影S发布最新固件 V1.2.0.10  
更新相机兼容列表

### 【96】 看点 | Highlight

### 广告索引

封二 索尼	P05 BMD
封三 BIRTV2018	P07 CCBN2019
封底《影视制作》征订	P09 广电猎酷
P01 广电认证	P25 计量检测中心
P03《广播与电视技术》宣传	



李新民 本刊主编

## 娱乐不是问题， 问题是“愚”乐

美国学者尼尔·波兹曼在其著作《娱乐至死》中，讲了人类的娱乐有两种可能：一是被管制而死，二是没人管会放任而死。我们经历过娱乐被管制而死的沉闷年代，今天更为娱乐被放任而担忧。其实，追求快乐是人的天性，娱乐本身无可厚非，问题在于娱乐的泛化、蜕化和异化，因此，正确地认清娱乐的价值和可能存在的问题，是影视传媒健康发展的关键所在。

进入新世纪以来，中国社会呈现出一个明显的特征：生活娱乐化，娱乐生活化。娱乐像一个形影不离的幽灵，游荡在我们的日常生活中。近年来，随着互联网的大跃进，大众文化以媒介为载体，以愉悦为手段，以盈利为目的，实现了产、供、销一体化。现代经济是“心”经济，信息社会就是“心”社会，让人开心已成为当代商业最重要的因素。现代科技、文化创新和商业运作，是现代娱乐业的力量源泉。媒体的产业化是娱乐经济的核心内容，也是整个娱乐经济的重要引擎。信息经济是影响力经济，使消费者获得愉悦是产生吸引力、影响力和购买意愿的重要条件。大众传媒有传播、教育、娱乐、服务四种功能，在很长一段时间内，我国电视媒体主要是教化工具，娱乐消遣的功能处于被忽视的地位。新时期电视业改革最显著的效果，就是一度被贬低的休闲娱乐功能被重视发掘，快乐与休闲成了电视节目一道亮丽的风景线。视频是最能表现娱乐的媒介，它形象生动，便捷廉价，人们打开电视和手机视频的第一欲望，就是放松娱乐。随着电视、特别是互联网的普及，闲暇时间的增加以及精神生活的需要，使电视和网络视频与娱乐密切结合，在满足人们随时随地娱乐的同时，也推动了电视和网络视频的移动化。任何事物都有一个度，超过一定的度，事物就会发生异化。正像美味佳肴，既能果腹也可爽口，但超量了就会损害健康一样。过度的娱乐化，也会由量变到质变，导致娱乐的异化——乐极生悲。娱乐是使人快乐有趣并有意义的活动。它源于人的自然本性，又随着社会生活的进步而不断强化和丰富，今天健康的休闲娱乐生活已成为人们幸福生活的必需。娱乐在本质上是一种精神体验，而精神的内核是思想文化，它通过喜怒哀乐的表现，不仅给人带来情感的愉悦，也带来思想的启发，寓教于乐，才有震撼心魄的力量。而“愚”乐是对愚弄公众博取眼球现象的嘲讽。在商业利益的驱使下，有的娱乐节目为了制造“笑”果不择手段耍贫嘴，秀低俗，把节目当成杂耍，将娱乐引向庸俗、媚俗、低俗的歧路。没有真情实感的“笑”，是假笑；缺少审美内涵的“笑”，是傻笑。

纵观当今中国的影视文化，确实存在着娱乐至上和泛娱乐化的现象，排斥影视文化本应蕴含的意义和价值，淡化和解构教育与导向功能，颠覆严肃审美基调，推崇娱乐至上观念，导致娱乐本性的失真、娱乐行为的失范、娱乐功能的失调、娱乐生态的失衡和娱乐表达的失态，出现了庸俗化、低俗化、同质化、弱智化、感性化、平面化、享乐化特征。有人将这种状况总结为：思想淡出对话，内容游离形式，感性驱逐理性，夸张取代真实，搞笑胜过幽默，表象打败深刻，娱乐成为“愚”乐。不是冤家不碰头，娱乐与“愚”乐是当下大众文化的一体两面。对娱乐圈要有清醒的辩证认识，我们不能因为存在着假笑，傻笑而不准笑，要呼唤社会和媒体的责任意识，用高品质的娱乐去满足受众的健康需求，拥抱娱乐，摒弃“愚”乐，形成有利于传播真善美的大众文化生态。总之，娱乐不是问题，问题只是“愚”乐。

李新民