

主编  
胡智锋

# 影视 艺术导论

 高等教育出版社

# 影视艺术导论

Yingshi Yishu Daolun

主 编 胡智锋  
执行主编 张国涛



高等教育出版社·北京  
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

## 内容简介

本书包括影视总论(影视艺术、影视语言、影视文化)、作品与节目论(美国电影、欧洲电影、亚洲电影、中国电影、电视剧、综艺节目、纪录片等)、生产与传播论(电影、电视剧、电视节目)三个部分。全书兼顾历史与现实、理论与实践、中国与世界、电影与电视的有机统一与平衡,从而改变以往教材重“影”轻“视”、重作品轻生产、重内容轻传播的偏颇;结构完整、体例统一、思路清晰、内容翔实、案例丰富,是一部反映近年来影视事业发展最新成果和影视理论研究最新进展的具有广泛适用性的教材。

本书可作为高等院校影视艺术专业的基础课程教材使用,也可作为大学生文化素质教育教材使用。

## 图书在版编目(CIP)数据

影视艺术导论/胡智锋主编. --北京:高等教育出版社,2012.11

ISBN 978-7-04-036203-9

I. ①影… II. ①胡… III. ①电影理论-高等学校-教材②电视理论-高等学校-教材 IV. ①J90

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第214626号

策划编辑 云慧霞 责任编辑 胡彦博 封面设计 张申申 版式设计 王艳红  
插图绘制 尹文军 责任校对 王雨 责任印制 张福涛

---

出版发行	高等教育出版社	咨询电话	400-810-0598
社址	北京市西城区德外大街4号	网址	<a href="http://www.hep.edu.cn">http://www.hep.edu.cn</a>
邮政编码	100120		<a href="http://www.hep.com.cn">http://www.hep.com.cn</a>
印刷	北京奥鑫印刷厂	网上订购	<a href="http://www.landaco.com">http://www.landaco.com</a>
开本	787mm×960mm 1/16		<a href="http://www.landaco.com.cn">http://www.landaco.com.cn</a>
印张	20	版次	2012年11月第1版
字数	370千字	印次	2012年11月第1次印刷
购书热线	010-58581118	定价	28.50元

---

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物料号 36203-00

# 编 委 会

编委会名誉主任:张凤铸

编委会主任:胡智锋

编委会委员(以姓氏拼音为序):

毕根辉 董小玉 高晓虹 李亦中 李 幸 孟 建

欧阳宏生 彭吉象 尹 鸿 姚国强 张阿利 周 星

参编者(以姓氏拼音为序):

陈旭光	北京大学
高风霞	北京师范大学
何建平	深圳大学
何晓燕	西南大学
侯 婧	长安大学
胡智锋	中国传媒大学
孔令顺	山东大学
祁 林	南京大学
唐佳琳	浙江传媒学院
王 田	中国传媒大学
杨乘虎	中国传媒大学
姚 争	浙江传媒学院
虞 吉	西南大学
张阿利	西北大学
张步中	华南理工大学
张国涛	中国传媒大学
张红军	北京师范大学
张 燕	北京师范大学
赵 曦	中国传媒大学

# 目 录

绪论·····	1
---------	---

## 上 编 总 论

<b>第一章 影视艺术</b> ·····	9
第一节 电影艺术·····	9
第二节 电影艺术语言·····	12
第三节 电视艺术·····	19
第四节 影视艺术的综合性·····	23
第五节 影视艺术的审美特征·····	26
<b>第二章 影视语言</b> ·····	31
第一节 影视语言的表意基础·····	32
第二节 影视语言的表意元素·····	37
第三节 影视语言的特性·····	45
<b>第三章 影视文化</b> ·····	53
第一节 从视觉文化到影视文化·····	53
第二节 影视文化的特性·····	58
第三节 影视文化的形态·····	68

## 中 编 作 品 与 节 目 论

<b>第四章 美国好莱坞电影</b> ·····	77
第一节 发展概况·····	77
第二节 主要类型·····	80
第三节 经典个案分析·····	89
<b>第五章 欧洲电影</b> ·····	96
第一节 发展概况·····	96
第二节 主要类型·····	98
第三节 经典个案分析·····	104

<b>第六章 亚洲电影</b> .....	114
第一节 韩国电影 .....	114
第二节 印度电影 .....	118
第三节 日本电影 .....	122
第四节 泰国电影 .....	126
第五节 伊朗电影 .....	129
<b>第七章 中国电影</b> .....	133
第一节 发展概况 .....	133
第二节 主要类型 .....	137
第三节 经典个案分析 .....	147
<b>第八章 电视剧</b> .....	157
第一节 电视剧的发展概况 .....	157
第二节 电视剧的艺术特征 .....	162
第三节 电视剧的体裁样式 .....	166
第四节 电视剧的题材类型 .....	170
<b>第九章 电视综艺晚会</b> .....	179
第一节 电视综艺晚会的界定和类型 .....	179
第二节 电视综艺晚会的发展概况 .....	181
第三节 经典个案分析 .....	185
<b>第十章 电视娱乐节目</b> .....	195
第一节 发展概况 .....	195
第二节 主要类型 .....	197
第三节 经典个案分析 .....	208
<b>第十一章 电视纪录片</b> .....	215
第一节 电视纪录片的基本特征 .....	215
第二节 中国电视纪录片的历史发展 .....	218
第三节 纪录片多元化发展的现状 .....	227

## 下编 生产与传播论

<b>第十二章 电影的创作与传播</b> .....	239
第一节 电影创作流程 .....	239
第二节 电影的传播方式与消费方式 .....	259
<b>第十三章 电视剧的创作与传播</b> .....	263
第一节 电视剧的创作流程 .....	263

第二节	电视剧的创作分工 .....	270
第三节	中国电视剧的传播方式与消费方式 .....	274
<b>第十四章</b>	<b>电视节目的生产与传播</b> .....	<b>283</b>
第一节	电视节目生产与传播的特点 .....	283
第二节	电视节目生产与传播的发展趋势 .....	289
第三节	电视节目的制播方式与收视特征 .....	292
<b>后记</b>	.....	<b>307</b>

# 绪 论

影视艺术是人类文化创造中最具时代活力、科技含量、市场价值、国际传播意义与社会影响的艺术样式之一。它以丰富多彩的视听产品为核心内容、以电影电视为传播媒介的影视,不仅同属于大众传媒系统与艺术创造系统,也属于广义的社会文化系统。影视艺术不但在传媒体系、艺术体系、娱乐休闲体系等几个系统中,都占据着不可替代的主要地位(如图 1 所示),而且对于政治、经济、文化、社会、科技等各个领域都有着直接或间接的重要影响。

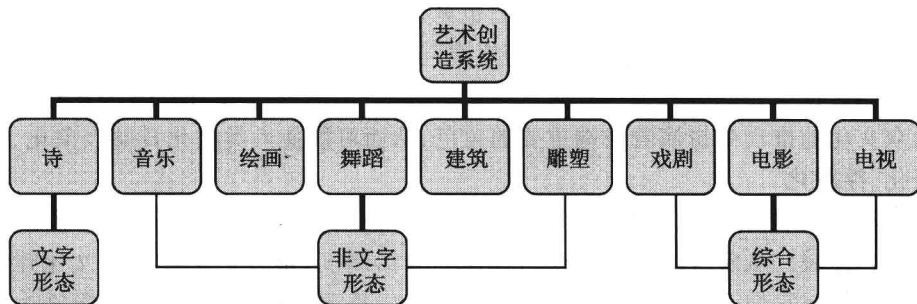


图 1 影视艺术在艺术创造系统中的地位

影视艺术的生产与传播,是一个国家或地区物质文化、制度文化和精神文化建 设中不可或缺的重要组成部分。所以,从文化的层面对影视艺术进行探析,是 推动影视艺术理论研究和影视艺术教育事业深入发展的重要基础。

从物质文化层面来看,影视艺术借助影视传媒,首先创造出具有相当高科技 含量和市场价值的物态化的视听产品,这是人类 20 世纪以来最伟大的物质文化 产品样式之一。发端于 19 世纪末、20 世纪初的电影,百余年来,以其光彩夺目 的银幕影像产品,开创了百余年来人类大众文化消费相当重要的领域。诞生于 20 世纪二三十年代的电视,在短短 80 余年的历史进程中,更是以与人类的日常 生活相伴随的独特优势,生产和传播着数量巨大的屏幕视听产品。影视艺术以 影视视听产品为核心内容,直接拉动着影视生产方式、传播方式的革命。电影从



无声到有声,从黑白到彩色,从小银幕到大银幕,一直到立体电影和数字电影,每一次科技创新和革命,都会直接带来银幕景观的创新和革命。电视更是基于现代高科技的支撑而不断地发展进步,从黑白到彩色,从微波传送到卫星传送,从录播到直播,从模拟系统到全面数字化,电视生产和制作的每一次飞跃,都离不开高科技的强有力推动。有史以来的人类文化创造,迄今为止,不论从媒介意义,还是艺术意义,还是社会休闲娱乐意义来看,科技含量之高,物态产品之丰富,规模之宏大,鲜有哪一种文化样式能超过影视艺术。而影视的视听产品,不仅科技含量高,而且市场价值大,发达国家视听产品的贸易已经构成了它们对外扩张的最重要的经济支柱,如美国的好莱坞及其他相关视听产品的全球推广,等等。

影视视听产品在生产和流通过程中,通过成规模的大众消费往往可以获得高额的市场回报。随着影视自身的不断扩张,我们可以看到,越来越多资金开始投向影视业,投向影视产品的生产,而大投入往往又带来大产出,这便使影视不仅仅具备了传媒的价值、文化、艺术和科技的价值,而且具有极高的市场价值。借助科技与市场这两翼,人类的影视艺术创造成为了人类物质文化创造中比重份额越来越大的组成部分。当然我们也要看到,影视产品一方面极大地丰富了人类视听娱乐的体验,促进了科技的发展,创造了巨大的消费市场;另一方面,物态化的影视产品的膨胀也可能带来“物质主义”、“消费主义”的盛行,并在对于大众文化的推动中扮演着极端重要的角色,从而可能使人类文化日益表象化、浅表化、浮躁化。

从制度层面来看,影视艺术的制度建设涉及人类制度文化建设几乎所有的层面和领域。从宏观的社会制度到具体的政治制度,影视艺术在制度文化建设层面上都与它们不可分割。影视艺术传播良好秩序与体制的建构,对影视生产传播效益、效率的提升,将产生重大影响,而落后的秩序与体制则将极大地阻碍影视生产传播的健康发展。从国际视阈来看,影视的制度建设在国际影视传播秩序建设中,如何将普遍的国际惯例和国际规则与本国、本地区的惯例和规则有机协调,就是一个相当大的问题。目前来看,国际文化交流中,越来越显示出“马太效应”,即强者越来越强,而弱者则越来越弱。发达国家借助其科技和市场的优势,在制度层面建构起有利于自己的所谓惯例和规则,这就导致了国际影视传播交流中不平衡的生态和格局,导致了国际影视传播秩序的日益混乱。“文化帝国主义”的研究即是针对这一问题而展开的。建构既符合现实的国际传播一般规则,又能有利于本国、本地区的现实状况的有效制度,对影视艺术的建构来说是极其重要和迫切的。

从宏观制度与微观制度的协调来看,宏观制度包括一个国家、地区的政治、经济、法律制度等层面,微观制度包括影视生产与传播领域自身多种制度的建

设。如中国影视生产传播中的审查制度如何适应不断深化的政治体制改革,中国影视艺术产业化的探索如何适应中国经济体制改革,中国影视生产传播的法律法规如何与国家的法律法规的改革和推进相适应等,都是相当重要的问题。从影视生产与传播内部来看,存在着大的体制、政策、法规与小的管理运行等方面制度的有机协调问题,如中国影视传媒的基本属性、体制定位,到底是政府机构还是事业单位抑或企业,到底以何种定性为主导,这是大的方面;小的方面包括影视内部的生产与传播,如制作体制、员工分配机制等等。

从精神文化层面来看,影视艺术作为一个重要的精神文化的生产和传播领域,对人类的精神生活和精神世界,包括价值观念、思维方式、生活方式、心理心态、道德观念、审美趣味等各个方面,产生着相当大的影响。首先是价值观,有无数的案例和调研成果可以证明,影视艺术对人们价值观的建立和塑造,可以产生直接的不可替代的影响。人们通过影视艺术的熏陶,可以改变其人生观、爱情观、家庭观、婚姻观,也可以改变其历史观、国家观、民族观等。由于影视艺术对人类价值观可以产生重大的影响,各个国家和地区无一例外都会考虑将影视艺术纳入到主流意识形态和文化整体战略的框架中,予以规范、控制和倡导。从群体和个体角度来看,影视艺术毫无疑问对于一种阶段性的社会心理心态和伦理道德态度的取向,以及特定的思维行为方式的确定和延续,将会产生不可忽略的重要影响。一个社会的各个群体、阶层乃至每一个个体,会有怎样的道德伦理判断、是非判断、心理心态流向、思维方式与行为方式的选择,影视艺术对此实际上承担着相当大的社会责任。影视艺术将感性与理性、历史与现实、传统与现代,经常熔于一炉,而使每个受到熏染和辐射的人们都有可能受到影视艺术、审美取向和情感趣味等多个方面的塑造,因此国家和社会整体的审美素养、情感素养的培育与影视艺术不可分离。不可否认,影视艺术可以对人们精神生活和精神世界起到积极、健康、正面的引导作用,但同时也必须看到,影视艺术中那些消极、不健康、落后、堕落、低俗的内容,将对人们产生极大的负面影响。许多有责任感的人对于影视艺术消解深度、解构历史、充斥暴力,引发人们错误的乃至危险的仿效,降低人们的思考能力、道德水准、审美水平等境况,提出了极其严正的批判、令人深省的警示和充满忧虑的思考。

正是由于影视艺术在人类物质文化、精神文化和制度文化建设中如此重要,有不可低估的影响力,而使得影视艺术不仅仅是影视生产者与传播者,影视生产部门、行业和领域的事情,也涉及更为广泛、更为深刻的意义和价值的领域。影视艺术的创造,既是人类物质文化、制度文化和精神文化整体建设的结果,也是推动人类物质文化、制度文化和精神文化发展不可或缺的生力军。

## 二

当今世界正处在大发展大变革大调整时期,文化在综合国力竞争中的地位和作用更加凸显,维护国家文化安全任务更加艰巨,增强国家文化软实力、中华文化国际影响力的要求更加紧迫。2011年党的十七届六中全会专门就深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣等重大问题做出战略部署,全会提出,创作生产更多无愧于历史、无愧于时代、无愧于人民的优秀作品,是文化繁荣发展的重要标志;满足人民基本文化需求是社会主义文化建设的基本任务;发展文化产业是社会主义市场经济条件下满足人民多样化精神文化需求的重要途径。并且指出,文学、戏剧、电影、电视、音乐、舞蹈、美术、摄影、书法、曲艺、杂技,以及民间文艺、群众文艺等各领域文艺工作者都要积极投身到讴歌时代和人民的文艺创造活动之中,在社会生活中汲取素材、提炼主题,以充沛的激情、生动的笔触、优美的旋律、感人的形象,创作生产出思想性艺术性观赏性相统一、人民喜闻乐见的优秀文艺作品。

电影、电视作为文化艺术体系中的重要成员,承担着重要的历史使命和时代责任。在新的时代背景下,认识和厘清中国影视艺术的独特地位,拓展与强化中国影视艺术的多种功能,是当前影视艺术生产与传播、教育与研究的重要任务:

1. 在新的时代背景下,要大力加强影视艺术生产创作的创新力度。要推动影视艺术精品生产创作在规模与质量上的大幅提升,就要集中人力、物力和智慧创作出无愧于历史、无愧于时代、无愧于人民的当代影视艺术精品,从而极大丰富当代中国艺术文化宝藏,向世界展现中华文化的永恒魅力,提升中华文化的国际影响力。

2. 在新的时代背景下,要不断提升影视艺术公共文化服务的品质与质量。满足人民多样化精神文化需求是大力发展影视艺术公共文化服务的重要任务,影视艺术是当代中国公共文化服务供给中最重要的内容之一,也是最具群众性、大众性的一种文化消费形式。大力创作影视艺术精品,可以提升影视艺术公共文化服务的品质与质量,满足大众日常的、多样化的精神文化需求,为提高国家公共文化服务的品质与质量作出重要贡献。

3. 在新的时代背景下,要不断推进以影视艺术为核心的文化产业的发展。影视艺术是当代文化产业中最具活力的重要载体之一,从全球视野看,各国各地区都在采取有力的措施从战略层面推进影视艺术文化产品的生产与传播,从而创造巨大的产业价值,极大地拉动文化消费,带动文化产业的全面发展,进而创造一个全新的、绿色的文化经济领域。包括美国、欧盟、日本、韩国在内的世界各国、各地区在这个方面积累的成功经验,一再印证了以影视为主导的文化产业确

实具有时代的标志性意义,其全新的经济形态和产业形态一定会为中国带来巨大的市场空间与市场潜力。

### 三

影视艺术教育也伴随着人们对影视艺术认识的不断深化而得以展开。早期影视艺术教育,更多关注于影视艺术自身生产、创作和传播的需要,更多关注于影视艺术专业人才的培养。设立于1950年的北京电影学院、设立于1954年的北京广播学院(现中国传媒大学),都是为了满足影视艺术自身生产与传播的需要而设立的,承担着向专业领域提供人才的责任与使命。

改革开放以来,随着影视艺术的大众化、普及化,影视教育从专业化、精英化、职业化的教育理念、路径与方式,向着社会化、大众化的方向逐渐迈进和拓展。由于影视艺术本身不仅仅是作品与创作的问题,其社会关联度很高,与人们日常的精神文化生活息息相关,而且还牵连科学技术的发展,所以影视艺术的教育已经横跨人文科学、自然科学等多个学科,学科的包容性与跨学科的特征日益突出。因此,影视艺术教育除了专业诉求,还有更广泛的社会诉求和学科诉求,影视教育的大众化与社会化从而也成为必然的态势。目前,影视艺术专业教育已经从传统专业院校扩展到艺术人文类院校,近年来又扩展到了包括理工类院校在内的全国高校,据不完全统计,现在已经有近500所高等院校或设立了专门的院系,或拥有了相关专业,发展速度之快是出人意料的。

与之相应,影视艺术的学科建设也呈现出可喜的局面,从文学之下的三级学科——戏剧影视文学,升级为艺术学下的二级学科(电影学、广播电视艺术学),再到2011年艺术学成功升级为门类之后,与戏剧并列为一级学科——戏剧与影视学,教育层次也逐步形成了专、本、硕、博四位一体的学位体系。具体到高校来说,1996年北京师范大学在高校建立了全国第一个电影学博士点,1997年北京广播学院(现中国传媒大学)建立了第一个广播电视艺术学博士点,随后全国各大高校的影视艺术学科建设发展非常迅速,北京电影学院、南京艺术学院、上海大学、北京大学、四川大学、复旦大学、清华大学都相继开设了影视艺术的相关硕士点、博士点,据不完全统计,迄今为止有上百所高校开展了硕士研究生的培养,几十所高校开展了博士研究生的培养。相信在艺术学成功升级为门类后,影视艺术学科建设会再次掀起新的高潮。

中国高等院校影视学会因应时代与社会发展的需求和影视艺术迅猛发展的需求,于1983年创办之初就响亮地提出“让电影进入大学课堂”的口号,并通过师资培训、学术交流等方式在短时间提升了中国影视教育的质量与水平。进入21世纪以来,中国高等院校影视学会进一步拓展影视艺术教育的范围与领域,

通过创办“中国影视高层论坛”与“学会奖”和“学院奖”，将影视艺术教育推向社会化、大众化。2011年，中国高等院校影视学会联合中央电视台纪录频道倡导并发起“让纪录片走进大学校园”活动，联合主流媒体力量着力培养高校的纪录片创作人才，这也是学会不断加强社会合作，将影视教育社会化、大众化的发展推向深入的一次积极探索。

本书的编著是也是中国高等院校影视学会推动影视教育大众化、社会化的一个具体成果。它是集结在影视艺术教育领域有代表性的一些高校，以拥有博士学位的青年学者为主体共同完成的一本旨在向全国高校大学生普及影视文化、提升其影视素养的教材。本书在编著过程中力求专业化与大众化的有机结合。本书编写有以下特点：

一个核心，即强调中国特色。全书力求站在全球化的背景下突显中国特色，在内容上既考虑影视艺术自身的普适性规律与规则，同时更强调立足中国影视艺术的国情与实践，从中国影视艺术发展创新的需求出发，特别是以社会主义核心价值观为指导，统一全书的立场、观点与方法，在价值观层面保持鲜明的中国特色。

两个维度，即科学维度和人文维度。所谓科学维度，即尊重规律、尊重事实、尊重学科逻辑，我们要求编著者无论是案例的选择，还是数据的使用，以及文献资料的使用，务必要求准确、客观，充分吸纳已有的、公认的规律与观点，同时要求逻辑清晰，框架合理，力戒主观臆断。所谓人文维度，即注重发挥各位编著者在执笔部分的研究专长，以尽量流利畅达的文笔表达对研究对象的判断、评价，尽量彰显各个编著者主体的个人研究水准和主体才情，力戒刻板枯燥。

三是三段论的写作模式，作为教材一定要在“是什么”、“为什么”、“怎么样”三个层面上展开表述，“是什么”要求概念的界定、论述对象的界定力求明确清晰，“为什么”要求对所论述对象的背景、原因做进一步的挖掘和阐释，“怎么样”则要求对所论述对象相关的细节、案例做尽可能生动、具体的解读，以保证适合在校大学生学习，也适合教师的讲授。

我们期待本教材的编写，能够为各高校影视艺术教育的开展提供具有时代性、前瞻性、整体性的影视艺术景观与内涵，提供具有通用性、可读性的教与学的信息与文本，进而为影视艺术与文化的发展繁荣尽我们的绵薄之力。



# 上编 总论



# 第一章 影视艺术

影视艺术是时间艺术与空间艺术的复合体,包括电影艺术和电视艺术。它既像时间艺术那样,在时间的延续中展示画面,构成完整的银幕形象,又像空间艺术那样,在一定的空间中展示画面。电影是影视艺术的起源,电视是影视艺术的衍生物之一。

## 第一节 电影艺术

电影艺术的历史,到目前为止虽只有百余年之短,但也称得上辉煌灿烂。它有着琳琅满目的艺术形象画廊,形成了自己丰富斑斓的艺术世界。从技术的角度看,电影艺术是指用一定的运转速度把对象的运动过程拍摄在电影胶片上,然后把若干段胶片剪辑组接在一起,通过放映机又把被摄对象连续地投射于银幕,从而造成活动的影像。电影艺术先驱者乔托·卡努杜说:“电影是运动的造型艺术,它既参与时间艺术的行列,也厕身于空间艺术之中”。<sup>①</sup> 归根到底,电影是一种以运动为根本特征的艺术,或者说是一种动态造型的艺术。从艺术的层面看,电影艺术,是指通过电影的物质形态——银幕上的活动影像——传达出来一种独特的艺术形态,它具有完整的艺术形态,以人与客观自然为对象,致力于表现人的心灵情感世界与外部生活世界。

### 一、电影艺术的产生和发展

1895年12月28日,法国人奥古斯特·卢米埃尔和路易·卢米埃尔兄弟在巴黎卡普辛路14号“大咖啡馆”的印度厅放映了他们自己摄制的《火车进站》等十多部电影短片。这一天,在世界电影史上被公认为是电影艺术的“生日”。事实上,电影诞生之初,并没有尊享“艺术”的称谓与地位,当时的观众把它当做马戏团中一种新型的“杂耍”来观看——每秒16格的画面运动。直到1910年,侨居巴黎的意大利文艺评论家卡努杜非常敏锐地把电影独立出来列为继音乐、诗歌(文学)、舞蹈、建筑、绘画、雕塑之后的“第七艺术”,电影作为一种艺术的地位才得以确立。卡努杜曾组织了一个名为“第七种艺术之友会”的电影观众团

<sup>①</sup> 转引自[法]亨利·阿杰尔《电影美学概述》,中国电影出版社1994年版,第4页。



体,还出版了“第七种艺术新闻”刊物,并发表了《七项艺术宣言》。他认为电影是三种时间艺术(音乐、诗歌、舞蹈)和三种空间艺术(建筑、绘画、雕塑)的综合,是一种时空综合艺术。

关于电影艺术的发展历程,可以从不同的角度来描述。一部电影史,可以是电影技术史,也可以是电影经济史,电影的意识形态史,电影的美学风格史,等等。由于电影最基本的构成元素画面与声音都是科学技术的产物,所以我们从电影技术发展的角度,对电影艺术的历程进行如下描述。

1832年,比利时物理学家约瑟夫·普拉多发明“诡盘”,1895年法国的卢米埃尔兄弟成功地制造了“活动电影机”并放映《工厂的大门》,历时60多年,活动画面产生,但这时的电影艺术处于“活动照相”阶段。1927年,电影这“伟大的哑巴”开口说话,美国华纳兄弟娱乐公司推出故事片《爵士歌王》,影片不仅有音乐,还有一小部分对白,被看做是电影史上第一部有声片。从20世纪30年代起,磁性录音机和磁带技术逐步成熟,开始在影片的拷贝上制作光学声带,之后电影的声音质量不断提高。声音在电影中的出现,形成了鲜明、生动、与画面视觉形象相匹配的声音形象,使电影成为了一种视听和谐统一的艺术。声音使电影的叙事、表演、声音造型等艺术元素在导演艺术家的整合下,构成完整的统一的视听觉形象,从而形成了电影艺术巨大的感染力。1977年,两部采用杜比立体声技术录制的电影——《星球大战》和《第三类接触》上映,标志着电影立体声时代的开始。立体声技术的出现,使影片中的声源方位感更多源,远近、上下、左右的声音更富现场感,声音形象更丰满、更真实,从而使电影更艺术地反映生活,进一步完善了电影本体特征。

电影问世之后,电影技术的第二次重大革新是彩色胶片的产生,彩色感光材料提供了逼近于现实的彩色视觉世界。1900年,法国的梅利埃斯和帕特采用模板机械印制法逐幅画成彩色电影胶片。1903年,法国的莱昂·迪迪埃发明了一项与色染印法有关的技术。1908年,法国的贝尔通发明了一种透镜加色法,它是将三基色红、绿、蓝混合相加得到彩色图像的方法。1912年,德国的菲舍尔发现,利用某些化学物质的氧化和偶合作用可以生成颜料。1925年苏联电影《战舰波将金号》中看到的红旗,是用红色染料为胶片上色出现的效果。在此之后,贝拉·加斯帕发明了分解胶片颜色膜成像的彩色技术。美国柯达公司及时地购买了这项技术专利,并推出彩色胶片。1935年,电影史上第一部真正意义上的彩色电影问世——马摩里安在他执导的《浮华世界》中首次使用了彩色技术。彩色电影的出现构成了电影艺术的本体特征,即电影艺术是最酷似生活的艺术,并逐步完善了电影美学观念,对电影艺术的造型提出了新的要求。

科学技术的飞速发展预示着电影艺术的无限未来。20世纪70年代后期,计算机技术在电影创作中的运用,是电影问世以来又一次重大的技术革命。计