

法国128影视手册

128

电视与场面调度

[法]埃莱娜·杜奇尼/著 杨添天/译

LA TÉLÉVISION
ET
SES MISES
EN SCÈNE

电视与场面调度



电视与场面调度

电视编导·电视摄像·电视制作

LA TÉLÉVISION
ET
SES MISES
EN SCÈNE

法国  影视手册

电视与场面调度

[法]埃莱娜·杜奇尼/著 杨添天/译

LA TÉLÉVISION
ET
SES MISES
EN SCÈNE

CFP 中国电影出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视与场面调度 / (法)杜奇尼著;杨添天译. —北京:中国电影出版社,2006. 10

(法国 128 影视手册)

ISBN 7-106-02418-X

I. 电… II. ①杜…②杨… III. 电视节目 - 制作
IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 108387 号

©Armand Colin 2006

图字:01 - 2005 - 3246 号

策 划:李梦学 古 力

责任编辑:吉晓倩

装帧设计:赵子航

责任校对:紫 薇

责任印制:刘继海

电视与场面调度

[法]埃莱娜·杜奇尼 / 著 杨添天 / 译

出版发行 中国电影出版社(北京北三环东路 22 号)邮编 100013

电话:64296657(总编室) 64216278(发行部)

E-mail: cfpw@edude.net

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

版 次 2006 年 12 月第 1 版 2006 年 12 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/850 × 1168 毫米 1/32

印张/4.75 字数/102 千字

印 数 1—3000 册

书 号 ISBN 7 - 106 - 02418 - X/G · 0628

定 价 17.00 元

法国 128 影视手册

出版前言

“法国 128 影视手册”系列丛书是 ARMAND COLIN 公司于本世纪初成功打造的一套涉及电影、电视的实用性手册。该丛书涵盖了影视理论、创作、制作及营销管理技巧等方面的内容，一册一个主题，共 128 页。文字简明扼要，深入浅出，读者对象包括影视爱好者、专业大学学生及影视从业人员。

近年来，随着影视文化产业改革步伐的加快，中国影视业正在努力缩短与国外的差距，越来越多热爱影视艺术的年轻人热切希望学习影视创作及其相关的理论，影视教育日益普及，由此带动了影视专业图书市场的繁荣。

为了适应不同读者层的需求，作为国家级唯一的电影专业出版社，我社从“法国 128 影视手册”系列丛书中慎重选择了六本，引进翻译出版，读者可以从中获得影视基础知识和创作常识。在这套丛书的文字翻译上，我们追求既保持原汁原味又适于中国读者阅读的行文，一改外版影视专业理论图书枯涩难懂的面貌，使之深入浅出、通俗易懂；在图书装帧方面，我社的编辑和设计人员力求在设计上与原著风格保持统一，让读者能更直观地感受国外影视理论图书的风格。总之，我们希望通过这套丛书的翻译出版，给广大读者更开阔的视野，更多的选择，使读者能够轻松开启影视艺术殿堂的大门。

前 言

电视业在第二次世界大战后的 50 年中得到迅猛发展，它曾经在人们政治、社会和文化生活中占有重要地位。最初，它是出现于咖啡馆或者啤酒店黑白画面和单一频道，观众无外乎那些买不起电视机的人。如今，电视已经私有化，进入家庭和朋友的领域，95%的家庭拥有了电视机。

电视业的发展在 20 世纪 80 年代经历了一个飞跃，从资源匮乏（只有 3 个频道）到逐渐丰富（6 个频道），直至电缆出现带来电视业的全面繁荣：频道增加到 30 多个，数字电视提供多样化节目，极大地丰富了人们的选择。

在视听栏目发展的浪潮中，节目制作的理念发生了变革。安伯托·艾可先生最先提出的“旧派电视”理论倡导三个目标：报道、教育、娱乐，以求完成服务公众的职责。

Canal+、法国一台、法国电视五台等私人电视台的出现深刻改变了各频道的节目：“新派电视”的主要目标是建立与电视观众的和谐关系。媒体不再需要履行任何职责，它成为治国者与公民、商店与顾客、娱乐者与观赏者交流的社会平台。在此过程中发挥吸引、娱乐和教育的作用，尤其是要把观众留住。

由此，电视从信息为主、内容至上过渡到交流和交际至上，与观众的关系成为其中至关重要的因素。形式可以是多种多样的，新闻、电视电影、体育、娱乐节目以及青少年游

戏栏目趋于同化。栏目之间的界限逐渐模糊,语调、节奏和语流形成了统一的模式,综艺电视节目包含游戏类栏目、脱口秀以及娱乐节目,起初是邀请演艺圈、体坛和政坛的明星们参加,随后,越来越多的普通人通过参加电视节目一夜成名。

在这种新形势下,那些贴近大众的频道的栏目更具竞争力。电视可以在一天、一周乃至一年中充当风向标。从白天到晚上收视率逐渐升高。服务性节目得以发展,广告比重越来越大。每日和每周都有相对固定的栏目:白天主要是故事片和综艺节目;傍晚时分(18:00—20:00)是连续剧、游戏类节目、娱乐节目、脱口秀;20:00是新闻;晚上(20:45—22:00)没有综艺节目,主要是故事片和娱乐节目;午夜(22:00—24:00)是故事片和综艺节目。这样的节目安排旨在尽可能地贴近家庭生活的节奏,节目形式也趋向于适应这种生活方式:白天栏目比较简短,例如法国电视五台的节目,在晚上时间会延长一些,故事片一般在90分钟左右。节目之间的过渡比较缓和,没有太明显的痕迹,不至于让观众觉得突兀。最后一点,节目主播的作用得到强化,目的是增强大众对电视品牌而不是栏目的忠实度。因此,电视节目逐渐统一化和模式化,同时又要寻求标新立异,以便在众多竞争对手中脱颖而出。频道的插入片断、台标、宣传片、节目之间的主持人更替,以及电影片段配以精彩评述,这些都成为新型栏目的标志。

电视就像是四季调节着生活,使生命变得绚烂多彩,同时又从生活中汲取养分。而公众则越来越多地出现在电视这个大舞台上。与观众的互动性赋予电视三种功能:一是引导观众的喜好,比如在故事片的选择上;二是加强电视舞台的参与性,比如竞赛游戏中参赛选手奋力拼搏,台下观众

振臂欢呼以及辩论中唇枪舌战；最后是通过电话或手机调查和问卷进行评估。

然而，特别要指出的是，遥控器使电视观众得以跳过广告节目观看其他电视栏目。作为对电视屏幕上过多广告的一种回应，70年代末，用遥控器从一个节目调到另一个节目看电视的方式首先出现在美国。同时，这对广告也起到了一种制约的作用：1997年，57.8%的电视观众在对电视节目厌烦时会转换频道。最后需要指出的一点是，家庭内部电视节目的选择需要协调，因为一般是全家人一起看电视（85%的电视观众都是这种情况），甚至在有不止一台电视机的家庭也是如此。因此，“转换频道”模式开创了一种新型的栏目流向。

简单说来，普通电视台提供四种类型的节目：故事类节目（电影重播与电视剧制作——电视电影、电视剧、连续剧）；舞台型栏目（辩论、脱口秀、新闻评述、游戏类和娱乐节目、青少年节目）；新闻报道和纪录片；最后是直播节目，通常是重大事件的电视转播，多是体育赛事或者其他重要活动。

这些栏目形式在五六十年代初步成形。法国电视业创始人皮埃尔·萨巴格先生很早就意识到电视和广播一样，都能作为一种转播重大事件或者谈话类栏目的技术和手段。电视可以通过在家里收看电视剧来取代剧院和影院。他意识到电视的某些特质拉开了它与广播的差距：电视上百万次地面对同一个观众，不需要选择，也不需要勉强，却收获了每天的忠诚守候。^①

^① 引自皮埃尔·萨巴格《还是您，萨巴格先生！》，1984年在巴黎出版，第155页。

他尝试过所有的电视类型,试图开创全新的节目形式。他的职业生涯恰逢传媒业的崛起,因此他见证了电视业开创性发展的全过程:1949年6月,第一个新闻类栏目以一种全新的报道方式震撼了以往的新闻评述,正如皮埃尔·泰尼亚先生所说:“新闻节目主持人总以一种无比庄严的口吻播报八天来发生的重大事件。而现在,我们以谈话的亲切方式报道清早刚刚采集的新闻。”游戏类节目中著名的《20世纪的人》(L'Homme du XX^e siècle, 1961—1964)是现在热播的《冠军问答》(Question pour un champion)栏目的鼻祖。舞台类节目《探险者综艺》(Le Magazine des explorateurs, 1950—1968)通过采访当事人把探险活动搬上荧屏。此外还有各类时尚演出、戏剧和体育赛事的现场直播节目,这些都激发起观众对电视的狂热。

另一些人打造的栏目品牌也成为经典:《公众阅读》(Lecture pour tous)栏目的创始人皮埃尔·杜马耶和皮埃尔·德格洛普开了问讯式采访、嘉宾揭秘的先河。他们的另一个新闻资讯节目《头版五条》(Cinq colonnes à la une)把事件目击人请入现场,播出时不加任何修饰性的剪辑,使得栏目的节奏十分紧凑。

让-克里斯多夫·阿维尔提倡导特技效果,如今这种电脑特技已发挥出更大的潜力。

在报道语言和方式上,1968年末,安德烈·乌瓦什和让-克罗德·布兰格耶分别在《讲述者》(Les raconteurs)和《微缩景观》(Croquis)、《外省人》(Les Provinciales)等节目中引入了普通大众的日常用语。

现今,我们研究电视拍摄,旨在将纯粹电视化的东西,即舞台现场类和直播节目,提高到一个重要位置,而故事片被认为是一种倒退。本书的前两章将研究电视媒体的两个

基本要素：声音和图像；第三章是关于电视节目制作的几个步骤：布景、摄像和剪辑；随后四章将分析舞台类节目制作的几大要素：布景、角色和布局；最后一章讲述现场直播节目的制作，包括政界和体坛重大事件或纪念活动的现场直播，以及一些舞台演出与外景拍摄交替呈现的文艺活动，比如“电视马拉松”特别节目。

本书旨在以全新的视角诠释电视节目的制作。总之，电视使观众不仅仅是被动的信息接收者，更是一个积极的评论者。

目 录

前 言	1
信息的构筑:画面	1
1. 景别	2
2. 景内移动	3
3. 拍摄的角度	5
4. 光线	6
5. 色彩	6
信息的构筑:声音	8
1. 杂音	9
2. 音乐	10
3. 声音	13
从剧情到剪辑	19
1. 剧情	19
2. 拍摄	25
3. 剪辑	29
新舞台空间:布景	42
1. 布景和隐私场所	44
2. 公共空间的布景	45
角色游戏	55
1. 游戏的组织者	55

2. 游戏的参与者	68
场景布置:一人或两人	76
1. 四目相视	76
2. 对话	79
多人谈话节目	93
1. 记者之间	93
2. 一名嘉宾和多名记者	95
3. 一至两名主持人和几名嘉宾	98
提前通知的节目	114
1. 节目地点	115
2. 参与表演	118
3. 拍摄图像	121
结 论	127
参考书目	133

信息的构筑：画面

就媒体信息而言，80%的电视观众接受画面的敏感程度远高于声音。事实上，可视图像是以 10^7 比特/秒（基本单位）的速度将接收信息传送到大脑，比耳朵的速度快 7 倍。信息转化为意识的速率为 25 比特/秒，信息量必然简化和缩水。信息数据在进入大脑前与来自记忆的信息进行对比和缩减处理。图像传输信息固然具有优势，但也不能忽视声音的作用过程是无意识的：同一画面配上两种不同音乐将产生迥然不同的效果，观众的反响甚至截然相反。

观众在注视一幅画面时本能地将目光集中在中心，之后才是周围部分。形成这种观察方式的原因在于我们的视网膜中心由密集的棒状或圆锥状敏感细胞组成，用以产生形状或颜色之类的感觉。因此，将主要对象放在视野中心有利于信息传递，并使空间对称。为便于信息分类，我们必须避免次要人物或事物的干扰。又有哪个拍照的人不会为拍摄感兴趣的人群或景色长时间地等待，直到画面中不再出现无关的路人呢？出于美学方面的考虑，为避免居中的呆板感觉，我们还可以选择将拍摄对象向上下方或左右方移动。如果画面构成符合黄金分割规则，那么任何程式化的构想都可能导致单一化。

电视和电影一样，主要拍摄对象都可以由人物转向景色或环境，由近景转向远景。电影导演在固定范围内选定

拍摄对象,重点鲜明:可以是突出近景镜头,画面清晰、直接,远景镜头居于次要地位,画面模糊;或者刚好相反,把远景镜头作为主要表现手法。

分析媒体信息必须分析其构成要素的作用和联系。

1. 景 别

与画家一样,摄影或摄像师首先选定拍摄对象:人物肖像,单人或集体的;静景、类型场景或动作场景。其次,必须将其纳入到原先确定的空间中,即拍摄工具的可摄范围之内。图像的格式是不以每个人的意志为转移的,比如说电视就是通过屏幕显现。在镜头范围内,具有生命力或移动性的拍摄对象与周围环境的平衡性即是我们想传递的信息。如果画面中出现人、动物,或诸如汽车、自行车、船等移动性的物体,将引起观众的好奇。最后,全景镜头中景物的不同层次将决定它在其中的主次性。摄影或摄像师首先要考虑将拍摄对象放置在镜头的什么位置:近景、远景,居中或在边角?而后,还需不需要在它周围渲染背景或景色来扩充图像传递的信息?这就引出拍摄中常用的为观众所熟悉的不同层次的镜头。

——全景镜头:广角镜头,突出周围环境。

——人物全身镜头:拍摄对象全部入镜,镜头较近,滤去周围环境,人物的全身镜头。

——半身镜头:人物拍摄从脸部到膝盖。

——人物近景:人物为坐姿或仅拍摄半身镜头(我们也称之为半胸镜头)。

——特写镜头:镜头中只看到一张脸、一双手或一件物品。

——大特写镜头:只选择拍摄脸的一部分,比如眼睛、

嘴，或者物品的细部，例如产品标签。

拍摄对象距离镜头的远近决定了不同的信息传递：取景越广，布景越重要，直至其自身成为主要拍摄对象。全景镜头和人物全身镜头突出动作，两者都解决了同样的问题：动作如何进行。中景镜头和半身镜头实际上脱离了布景，但允许镜头中出现几个人物。半身镜头截取拍摄一名牛仔膝盖以上的部分，主人公即将拔出左轮手枪，“动作比自己的影子还要迅疾”（这种说法来源于西部片，在这类影片中非常普遍）。特写和大特写镜头是近距离进行拍摄。在广告片中物品的镜头很突出。在故事片中强调主角的脸部特写，人物的脸部是关键。镜头推近落在人物眼神上，形成大特写镜头。80年代，电视导演经常滥用大特写镜头。被采访的可怜虫在镜头中四分五裂：比如一名孤儿的脸部镜头，只看到一只眼睛的画面，却没有眼神的传达，或者一张正在说话的不成比例的嘴的特写，这种镜头没有任何的意义。这种拍摄技法后来一度没落，直到90年代中期才又开始盛行。广告的流行手法将这种拍摄技巧演绎得美轮美奂，营造出一种纯视觉效果：镜头靠近人物脸部，眼睛虹膜逐渐扩大，充满整个屏幕，之后通过变焦镜头来展现整个瞳孔。

2. 景内移动

新闻播报的画面中的人物经常处于移动中：诸如体育锦标赛、赛车、拉力赛、战争场面、行军或游行。拍摄移动状态必须遵守以下几条简单规则：第一，把握拍摄对象的移动方向，例如将疾驰的赛车控制在画框之内，就破坏了其速度感。不过，我们可以设想，观众会随之移动以便更好地理解画面表达的意义。因此，镜头的移动拍摄解决了移动方向的问题。

——全景镜头：摄像机位置固定，在水平方向上拍摄从右到左或从左到右的移动；抑或在垂直方向上拍摄从上到下或者从下到上的移动。这些移动的拍摄都是描绘性的，很具表现力。

——运动拍摄：将摄像机放置在推车上，可以在轨道上移动，以保证其稳定性。这种机位可以提供三种拍摄方式：前移、后移或者平行跟拍移动中的人或物。这种拍摄方法的效果比全景镜头更具主观性，因为是由摄影师决定靠近或者远离拍摄对象。当摄像机扛在肩上进行拍摄时（如斯泰迪康摄像机），这种主观效果得到了强化。在新闻采访中常采用这种方法，有时是因为现场技术条件有限，其他时候是为了强化观众与镜头视角的认同感。

——变焦镜头：摄像机都配有一个变焦镜头，这种光学器械使摄像师不移位就能靠近（使用推镜头）或者远离（使用拉镜头）拍摄对象。这是一种渐进的拍摄方式。拍摄对象逐渐靠近观众；拍摄方式比移动镜头客观一些。有些变焦镜头作用很强，可以呈现极其微小的物体，例如拍摄昆虫，可以使其占据整个画面。

电视和电影一样，可以从广角（plans larges）镜头逐渐收缩（通过摄像机的光学原理制造的变焦效果），展现越来越靠近的画面，使场面变得鲜活；甚至借此引入另一个拍摄对象。例如，在电影《微观世界》中，导演的镜头从天空开始，全景镜头逐渐下移，落在被一棵参天大树覆盖的草地上，这种拍摄方法给予影片一种和谐的整体感。继而是一个推镜头，逐渐靠近草丛，进入植被下面，但看上去却像是大树：我们已进入昆虫的世界，本部影片的真正主角。因此，我们有理由说，改变拍摄范围就等于改变主旨和立意。

如果在取景范围内,前景展现了人物眺望远处风景的背部画面,那么采用的是半身镜头拍摄方式。大量前景镜头的运用,可以营造画面的纵深效果:我们应清楚地区分前景、后景和中景镜头。因此,我们也可以称之为封闭场景的效果,观众被完全地排除在外。在访问场景中,电视观众感觉身临其境,就像站在聆听一方的后面一样。

3. 拍摄的角度

拍摄角度取决于摄像师相对于舞台的位置。其中最简单、最常见的是垂直角度拍摄,它与观众的视角同高:就如同我们在现场观看演出。这个角度与描述性在逻辑上是一致的。复杂些的是强化对角线角度的拍摄。

俯摄镜头和仰摄镜头

在电影拍摄中还穿插着俯摄镜头,观众处于拍摄或录制的场景之上;抑或是仰摄镜头,与之相反,观众处在下方。这种效果并不仅仅与剧本要求的场景相关联,它可以用来营造一种控制感(俯摄镜头),甚至忧虑和眩晕的感觉;或者与之相反,产生一种臣服感、敬佩甚至压迫的感觉(仰视镜头)。仰摄镜头经常用来提升镜头人物形象,这是在访谈类节目中常用的拍摄技巧,有时对采访人的烘托过于明显。

正一反打镜头

如果想给人一种扫视的感觉,可以使用正一反打镜头。先是正面镜头,然后转180度,从背面拍摄。这样给人一种整体空间的感觉。在访谈类节目拍摄中,正一反打镜头使谈话和倾听双方的画面交替出现。这种拍摄技巧封闭了空间,将观众隔离在外。