

電影映象美學分析論

——攝影的內涵與形式

劉軍堂 / 著



499253



499253

《藝術叢書》

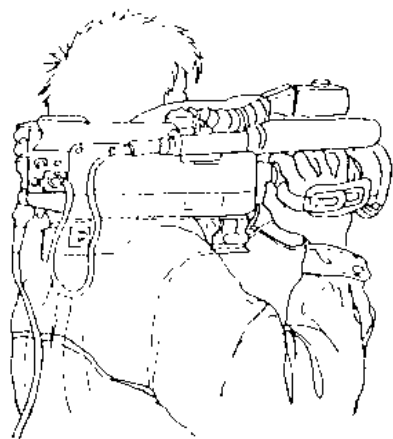
1996年2月15日出版

謝章富 著

電視 映像美學析論

——攝影的內涵與形式





電視映像美學析論 ——攝影的內涵與形式

作 者／謝章富

出 版 者／國立台灣藝術學院廣播電視學會

台北縣板橋市大觀路一段59號

電話／(02)2722181轉廣播電視系

(02)9695992・9683877

傳真／(02)9601966

發行代理／北星圖書公司

永和中正路462號5樓

電 話／(02)9229000

傳 真／(02)9229041

郵 撥／0544500-7 (北星帳戶)

門市部／永和中正路498號

印 刷／尚曄印刷事業有限公司

封面設計／許書誠

☐ 1998年2月15日初版 ☐

售價400元

版權所有・翻印必究

序

當電視悄然成為每一家庭中生活的重要成員時，許多人已渾然不覺它的特別，更大可能在於它對個體實質的可能影響。而相對的，有些特殊敏感的人，却深切的感受電視傳媒的威力，並對它膚淺的內涵感到憂心。事實上，電視存在許多告知、娛樂、教育及服務的功能，關鍵只在於它是否提供了有裨益於社會人群的訊息內容。

在資訊發達的現代社會，配合經濟成長與政治改革的優渥條件，電視事業發展的空間無限，但也因為如此，它必須承擔的社會責任也越鮮明。當觀眾對節目缺少反應的方式時，主動的態度便掌控在負責製播的電視事業。於是如何結構美學的因素，使電視的映像語言，能透過光影、色彩、攝影運動、剪輯及聲音的應用，呈現豐富的“形式”與“內涵”，便成為判讀電視優劣的主要條件。

基於電視與社會的互動，使電視傳播與社會學、心理學、大眾傳播學及美學等都有緊密的關聯性。當我們探討電視映像的視聽特質時，可以清楚的發現，這種大眾傳播行為模式與大眾密不可分。表象上看，觀眾固然處於被動的收視地位；但實質上，他也處在主動的選擇地位。在資訊多元化的發展趨勢下，最終的抉擇將仍是在於優良的節目本身。

因此，本書提供一些電視攝影應用美學的思考，就如Dr. Herbert Zettl在他所著的“Sight. Sound. Motion-Applied Media Aesthetics”一書中，對光線、色彩、時間、空間及運動的強調。希望藉由對美學概念的理解與應用，能提供更精緻的節目內涵，其目的亦不外期待在電視節目製播的過程中，能夠使雙方兩相受益。在道德與負責的前題下，透過美學的結構，使電視能夠實質達到有益社會人生的目的。事實上，電視製作的技術不難，難在於真情至性的情感，希望本書有益於從事電視專業的同行或提供有興趣於電視傳播者一些判讀與審美的概念。

謝章富 於台北·板橋
國立台灣藝術學院

目 錄

第一章 緒 論	4
第一節 研究動機與目的	4
第二節 研究方法與問題	9
第二章 視與聽的藝術理念	18
第一節 藝術的情感與形式	18
第二節 視與聽的藝術	22
一、視覺藝術	22
二、聽覺藝術	27
三、視聽綜合的藝術	31
第三章 電視傳播行為的相關課題	38
第一節 電視符碼的意義	39
第二節 電視傳播的外在約制	44
第三節 傳播研究與電視功能	46
第四章 點、線、面與攝影構圖	58
第一節 點	59
第二節 線	63
第三節 面	69

第四節 電視畫面二度空間的構成	72
第五章 鏡頭的語言	84
第一節 電視畫框的美學概念	85
第二節 鏡頭遠近魅力及意義	88
第三節 構圖及景深的美學效應	92
第四節 攝影的位置、角度及主觀鏡頭	97
第六章 攝影的運動美學	110
第一節 攝影運動	111
第二節 畫面的大小與圖像切換	117
第三節 剪輯的應用美學	123
一、剪輯的敘述性與創造性	123
二、剪輯節奏與速度	125
三、特殊效果的運用	126
四、平行剪輯的特徵	128
第七章 攝影軸線與方向性	136
第一節 三度空間——景深	136
第二節 攝影軸線與空間的構成	140
第三節 方向性與二度空間的結構	141
第四節 攝影機的配置原理	150
第八章 攝影與採光	168
第一節 光的本質與功能	168

第二節 照明的目的與功能·····	170
第三節 光源的種類與特性·····	176
第四節 採光的形式·····	179
第五節 採光的實務·····	186
第九章 攝影與色彩·····	198
第一節 色彩的特質·····	198
第二節 色彩對知覺的影響·····	204
第三節 色與光的混和·····	206
第四節 影響色彩的其他變數·····	209
第五節 配色與色彩的調和·····	211
第六節 色彩的運用·····	212
第十章 時間與運動·····	220
第一節 時間的類型·····	221
第二節 時間的運用·····	222
第三節 時間的操控·····	225
第十一章 聲音在電視中的結構與運用·····	232
第一節 真實的聲音·····	234
第二節 創造的聲音·····	237
第三節 聲音的應用·····	241
第四節 聲音與畫面結合中可能的負面效應·····	246
第十二章 攝影的寫實與移情·····	252

第十三章	導播與攝影·····	264
第十四章	節目型式與攝影表現·····	272
第一節	新聞性節目與攝影·····	274
第二節	戲劇性節目與攝影·····	277
第三節	綜藝性節目與攝影·····	279
第四節	社教服務節目與攝影·····	280
第十五章	從一個電視節目實例解析攝影運動和節目的結構功能··	286
第十六章	攝影倫理·····	296
一、	社會心理的思考·····	300
二、	文化層次的省思·····	302
第十七章	結論·····	308
後記·····		325
參考書目·····		326



C. F. 游

1

第一章 緒 論

科技的高度發展使全國資訊網路傳輸更為便捷，不僅縮短了國際距離，擴大人際相互認知，更實質的影響了人際生活，尤其是大眾傳播媒介技術不斷發展，結合廣播、電視、報紙、雜誌等多元化事業的經營，更建構了一個邁入新世代的資訊社會。這種現象再配合台灣經濟快速成長以及政治的民主轉型，使得傳播媒介使用進入一個百花齊放的新時代，可喜的是經由這些新科技的發展，使人們能更自由方便的獲取更多資訊，但相對的是這些綿密不斷的種種訊息，所帶給個人或社會的衝擊究竟是好是壞，卻存在許多值得探討的空間。這些問題多得不是 一些傳播研究的課題所能一涵蓋，但唯一不變的事實就是這些資訊傳播的操控者是“人”，而影響的對象也是“人”。因此不論是新電腦的開放，高畫質HDTV的應用或光纖及數位化傳訊的發展都只是各種工具技術的演進，它們所帶來的最大方便是使用功能的增益，我們固然不能忽略這些科技發展的重要，但更應該關心的是這些傳媒的操弄者如何有效的運用這些工具及技術從事裨益於社會人生的傳播行為。

第一節 研究動機與目的

從媒體、多媒體、新媒體、傳統媒體、綜合媒體、平面媒體、立體媒體、電波媒體、電子媒體到最新流行的“新新媒體”，我們已經進入一個全球資訊網路的大環境，所謂的“地球村”已是一個存在的爭事實。而在這些轉型中的新媒體、電子報、資訊高速公路及全球資訊網……的涵蓋下，就如加拿大的傳播學者麥克魯漢（Marshall McLuhan）所強調的“媒介就是訊息”（media is the message）、“媒介就是按摩”（media is the massage），人們無所逃遁於各類媒介和訊息的衝擊，更明確的說這些媒介的運用和訊息的傳遞已然成為人群生活的一部份，其中尤以兼具視聽娛樂效果，深入

且普及於各個家庭的電視影響最大。

台灣地區，自從70年代解嚴以來，政治民主的轉型，帶來全面媒體事業的開放，包含報紙、雜誌、廣播及電視等各大媒體的解禁（76年），使得傳播事業在短短數年間邁入一個鼎盛而競爭的新局面，特別是有線電視的經營在本土系統融入衛星傳訊之後更見百家爭鳴，然而在經營與管理之間也由於政府的立法及民間企業的競爭而衍生許多問題。從表面上看，大眾增加了許多收視的選擇，滿足了“知”的權利，傳播事業也盡情發揮，符合了“言論自由”的民主信條，但就實質的內涵加以省度，則這樣的一個所謂多元化的傳播模式是否真正符合了服務大眾的利益，從電視台可能的政治干預，不負責任的低俗節目或為營利考量而罔顧觀眾收視權益的些處理方式，可看出所謂的自由開放，所謂的多元選擇，究竟是服務還是傷害仍值得再三商榷。

電視呈現大多是具體的事物，它有助於了解人類如何建構周遭世界，也由於它具有較易接近生活現實的可能性，如活生生的人、活生生的事、活生生的社會情境，因此它是一種更能直截了當地展現社會表情的媒體。當我們解讀電視時，我們不難發現它存在著許多鮮明的特性：

一、電視製播是團隊合作（Team Work）之下的智慧結晶：

從企畫構思、節目製作執行到播映行銷，不僅是集合編劇、導播、美工、成音、攝影、服裝、化妝、道具、演員、主持人、錄影……等等專業技術人才，更配合業務、公關、廣告……等等行銷管理相關作業，可以說結合技術及藝術於一爐的龐大工程。這中間每一部門就像環環相扣的齒輪，銜接得越緊密完整，則運作得越圓滑順暢。

二、電視是兼具聲音與影像立體呈現的動態媒體：

我們可藉由光影、時間、空間、音響及運動等基本的媒體因素來創造媒體美學，而這種複合呈現的形式使它具有高度的娛樂價值，及相當直接的說服效果。

三、電視是連續鏡頭組合的動態表現：

電視藝術不是建立在個別分割的圖像上，而是建立在一系列流動的、有組織的，經過編輯或剪輯而銜接的連續圖像上。一個呈現在觀眾眼前的節目，通常已經是經過導播設計選擇所組合而成的畫面，當然也包含聲音部份的構成。導播藉由佈景、燈光、演員動作及聲音的幫助來表現他的思想，同時也透過畫面的選擇和組合有效的詮釋節目的內容。

四、電視普及和深入家庭：

雖然沒有明顯的數據顯示多少的收視戶擁有多少的電視機，但電視存在於社會各個角落，從家庭以至個體已是不爭的事實，這種現況再加上現場轉播，衛星傳訊等等即時性的報導功能，更使得電視媒介成為大眾傳播的寵兒，它對人類的影響性，也由於這些便利性而更為廣泛及深入。

基於以上這些特徵，使電視在傳播的功能上具備優於其他傳媒的許多特質。然而，它畢竟僅是傳播行為中的一種工具，如何使它發揮最大的功能，則必須具備許多前置條件，這些相關因素牽涉媒介的經營管理、政策、專業修養、節目內容、道德責任、甚至於觀眾的回應。因此，當我們評鑑電視節目的優劣時，事實上是很難就一般的標準，即從內涵（content）或形式（form）兩方面加以衡量的。螢幕上所呈現的事物，如何能達成有意義的“視野”，有意義的“情境”，有意義的“形式”，而創造有意義的“功能”，這中間存在許多值得探討的問題，我們從以下幾個觀念中加以思考：

（一）**通俗性**：電視是一種大眾傳播媒體，訴求對象涵蓋整個社會層面，即使有所謂節目型態或訴求對象的區隔，但基本上仍訴諸於一種通識化的告知，明顯的它很難就性別、教育程度、職業……等等不同的對象加以規範，更何況無從掌控究竟何時、何地、何人在收看那個頻道的電視節目。這種通俗性的優點在於能夠很實務的達到一些告知與娛樂的效果，如果再結合民營企業的商業訴求，則在收視率和營利競爭的導向下，節目是否能達到內容豐富，精緻可觀的地步就很難控制了。至於創作性、藝術性

的表現，可能也受制於這種通俗化的侷限而難於有所發揮。

(二)選擇性：我們對於我們所生活的環境都有選擇性的知覺，我們傾向於注意和我們的認知經驗與期盼相一致的那些事件或事件的部份，這種認知的心理過程，從選擇性暴露（selective exposure）、選擇性的理解（selective perception）到選擇性的記憶（selective retention）建構了每一個體的學習及認知（計一），然而這種選擇卻可能由於常識不足、態度偏差，或來自外在的錯誤導引等等而形成知覺的“偏見”。因此就電視傳播行為，從傳播者到受播者的整個傳播（communication）過程中，它必須歷經許多選擇的關卡，也就是所謂守門人（gate keeper）的動作。事實上它因為或多或少溶入一些個人主觀的意見，而相對的可能喪失許多客觀性，這一點在大眾傳播理論與實務上已經有過相當多的探討。

電視畫面的呈現是一種映像組合的藝術，從一個鏡頭到另一個鏡頭，從一個場面到另一個場面，它存在著攝影位置、角度、方向等的變化，也含蘊光影及聲色的合成。鏡頭的巧妙變化使節目的進展活潑生動，觀眾透過鏡頭所取的畫面進入情感世界，而畫面是意識的投射和意識間的交互作用，它是一種選擇和創作的表現，因此嚴格來說，任何鏡頭的運用都包含著或多或少的主觀。這種選擇可以提昇為美學的層次，達到藝術的成就，（但也可能有心的操弄成為操控情感或思想的手段）。

(三)技與藝的矛盾與調和：電視傳訊是一種科技技術，如何使畫面更清晰、顏色更亮麗，或是機器更輕巧，傳遞更迅捷等等，都屬於科技研發的問題，只要人類存在一天，這種演進與發展會不斷持續。然而在傳訊的過程中最重要的仍在於主題內涵。所謂巧婦難為無米炊，如果訊息本身不充實或不具意義，則再好的技術也難於發揮。因此，有充實的內容，再加以優良的製作設備，配合高素養的專業人才，才能夠充分發揮電視媒體的特性，這種情況就是所謂技術與藝術調合的呈現。

就電視節目製作而言，雖然它具有相當的實用性，卻也深受通俗化的約制，再加上節目品類的不同，似乎較難有藝術創作及表現的空間。然而，攝影的取景構圖、採光的運用、美術設計，甚至於音樂、歌唱、表演等等，都是藝術形式的呈現。蘇珊·郎格（Susanne K. Langer, 1895-1985）說：“

藝術是創造象徵人類情感的形式”（Art is the creation of form symbolic of human feeling）。它是一種社會現象，與社會生活存在緊密而互動的關係。藝術的本質本來就是人生的活動，它是人類情感符號的創造，表現於電視畫面的應是藝術概念的顯影，畫面的構圖大多有其意義，而不是任意爲之。事實上真正偉大的藝術應該是真實生活的再現，藝術家的創作在於使熟悉的事物看起來充滿新意。因此從表象上看，電視節目製作應該是技術多於藝術，但實質上則是技術融合藝術的綜合表現，它是有別於電影的另一類映像藝術。

（四）社會責任的約制：螢幕本身是值得探討的空間，空間加以界限形成意義的焦點，我們視野所見是自然的秩序，而藝術活動是人介入自然、重整自然，再加以表現的過程，現實的人事在畫面的極限裡變成另外一種相貌，外面的空間必須經過藝術的轉型才能進入畫面的空間，而“意義”正是轉型的結果。因此不論電視螢幕的高寬比是4：3，或是HDTV的16：9，它都是藉由框框以展現生活環境的一種藝術，透過縱橫侷限的框子傳遞資訊、製造娛樂或敘述生活故事。

所有人類生活都具有美學潛能，美感經驗可以全部從生活經驗中獲得，一個對藝術有感覺的人，其先決條件是對人生有感，而人的感動是發自內心真摯的感受。因此不具特殊個別情感的作品，絕對不可能成爲好的文藝作品。但由於電視所存在的強勢傳播功能，有可能在一些政治理念，個人主觀意見或其他操作的情況下，它能夠影響到相當多的個別人的感覺、感情或行爲，不同的可能只在程度的差異而已。雖然說觀眾有選擇收看的自由，也有相對判讀的自主性，但至少他可能被損及收視的權益。因此就電視媒介是社會公器，理應服務社會公益的精神導向，它應當具有相當的“社會責任”。這一點和電視與人群生活緊密相連的互動情況，更應存在共存共榮裨益人生的理念。

從以上的這些觀念中，我們可以發現電視所存在的一些媒體特性，但要如何把它從單純的訊息傳遞工具，運用到成爲精緻的映像藝術，則在所謂專業的領域裡必須結合技術實務和藝術涵養才得以充分發揮。也基於一

個對藝術有感覺的人，其先決條件是對人生有感，而人的感動是發自內心真摯的感受這樣一個理念，使個人覺得電視攝影美學的應用在傳播上是必須加以進一步研討的，而研究的主要目的是希望從畫面應用的主客觀早現中，研析在不同類型的電視節目裡，攝影應用要如何操控，才能發揮最佳的映像效果。例如畫面結構、攝影角度、鏡頭運用、燈光變化、特殊效果畫面、剪輯合成及音效……等等，是否在符號美學的使用上能釐出有系統的一些觀念。

其次，由於電視媒介是一種傳播的利器，因此就傳播的理論及實務上，亦嘗試探尋在電視攝影的應用中，和傳播理論、美學概念及視覺藝術等等所不可分割的關係，並希望結合這些關係面，使電視媒體能夠兼顧告知、娛樂、服務、教育等道德面的責任。



圖一~1 電視節目製作是團隊智慧與技術的結晶

第二節 研究方法與問題

由於電視是相當實務的應用媒體，因此當我們以美學的角度來加以析論時，表面上似乎存在著一些距離。因為一般而言，越具普遍性的實用事物，似乎在藝術性上就相對的減弱，更何況電視又具有即時性的特質，再加以團體合作的製作模式，使它難登藝術殿堂。但事實上電視是否能成就一種藝術並不重要，重要的是如何應用它的美學潛能以製作更完美有效的節目型式。