

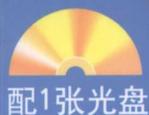
数码创意大课堂

- 创意与理念共存
- 实践与能力并重
- 搭建艺术家之路

全彩印刷

影视后期制作

北京希望电子出版社 总策划
程大鹏 主编
熊慧敏 魏静 编著



配1张光盘

 科学出版社
www.sciencepress.com

 北京希望电子出版社
Beijing Hope Electronic Press
www.bhep.com.cn

Art
er
Effects

数码创意大课堂

- 创意与理念共存
- 实践与能力并重
- 搭建艺术家之路

全彩印刷

影视后期制作

北京希望电子出版社 总策划
程大鹏 主编
熊慧敏 魏静 编著



After Effects



配1张光盘



科学出版社
www.sciencep.com



北京希望电子出版社
Beijing Hope Electronic Press
www.bhp.com.cn

内 容 简 介

计算机的使用为特技制作提供了更多更好的手段,也使许多过去必须使用模型和摄影手段的特技可以通过计算机制作完成。全书共分8章,内容包括影视合成基础知识、电视包装与影视合成特技、界面及基本操作、Logo 演绎、调色、抠像、遮罩、蒙板与通道及相关滤镜以及运动草图和表达式等。

本书以先进性和实用性为编写的指导原则,系统地讲述了影视合成的基础,并通过 After Effects 软件系统地剖析和应用来验证理论。通过本书的学习,读者可以以最快地速度掌握并熟练使用软件最核心部分,制作代表性的高质量特效。

本书可作为中、高端用户以及其他院校相关影视制作学员的教材和参考书,也可供业余影视后期编辑的爱好者参考。

本书配套光盘内容为书中实例的部分素材文件。

需要本书或技术支持的读者,请与北京清河6号信箱(邮编:100085)发行部联系,电话:010-62978181(总机)、010-82702660,传真:010-82702698, E-mail: tbd@bhp.com.cn。

图书在版编目(CIP)数据

影视后期制作 / 程大鹏主编. —北京: 科学出版社, 2008.4

(数码创意大课堂)

ISBN 978-7-03-020698-5

I. 影... II. 程... III. 图形软件, After Effects、Fusion
IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 184162 号

责任编辑: 韩宜波 / 责任校对: 肖 寒
责任印刷: 广 益 / 封面设计: 刘孝琼

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号
邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京广益印刷有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2008年4月第一版 开本: 787×1092 1/16
2008年4月第一次印刷 印张: 19 3/4 (全彩印刷)
印数: 1-3000册 字数: 454 974

定价: 59.00元(配1张光盘)

中央美术学院城市设计学院 《数码创意大课堂》编写委员会

艺术顾问：张松林 严定宪 于秉南 苏高礼

主 任：诸 迪

委 员：晓 欧 吕中元 张义波 郑涛凯 程大鹏

前 言

本书是编者多年视频编辑的经验总结，力求为需要学习合成软件的读者提供借鉴。阅读本书的读者只需跟随编者的讲解并实践中具体的实例教学，一步步地操作，必将从感性模仿走向理性认知。在这个过程中，编者将带领读者推开后期制作这扇虚掩的大门，步入影视后期合成制作的神秘殿堂。

After Effects是目前影视后期合成领域用户数量最多、入门门槛最低、支持插件数量最多的软件，目前，电视台以及广告公司等大多数影视制作单位主要是运用这一软件制作播出的节目。因此，本书即以此软件为例讲解了影视画面合成的知识。

本书共分8章，第1章主要讲述影视合成基础知识；第2章主要讲述影视合成的工作领域；第3章主要讲述界面设置基础操作；第4章主要讲述初级实战练（Logo演绎）；第5章主要讲述合成师的基本功（调色）；第6章主要讲述After Effects必学特技（抠像）；第7章主要讲述探索合成的神秘领域（遮罩、蒙板与通道）；第8章主要讲述After Effects难点大挑战（运动草图及表达式）。

值得一提的是编者专门开辟了一部分篇幅，学习在影视特技合成中重要的工作领域电视包装的行业基础知识，方便初学者对于自己所学的专业技能的前期工作有一个明确清晰的认识，使读者更快地理解影视后期制作工作的上游流程。

本书并不是讲述软件某种版本专长的教程，而是侧重After Effects方法和原理的探讨。

本书的阐述方式是实例和手册相结合的形式：针对初学软件的用户，在前半部分本书着重讲解合成软件功能模块和技术基础的学习。由于初学者对After Effects本身的基本操作并不熟悉，所以本书设定了基础部分的教学系统，从如何认识操作界面、设置理解素材入手，穿插讲解了与合成软件相关的电视原理知识。熟悉软件使用环境的同时，完成项目流程最优化的初步探讨。针对那些软件的爱好者而言，对于操作本身已经没有障碍，在难点比较大、基础知识积累比较深厚的几个特效部分如调色、蒙板与通道等，编者着重阐述。在一些最重要特效模块，编者辅助以高级案例教学，使得基础软件的学习部分更具有实践意义，让读者为未来软件高级特效模块的学习和发展打好基础。希望本书给予力求突破的使用者们以力所能及的帮助。

感谢所有给予编者帮助和鼓励的合作伙伴，本书同样也融入了他们的心血。中央民族学院的栗文清老师，在本书的构思阶段丰富了编者的教学思路；北京广电传媒公司的郜建在案例部分提供了大力协助。韩宜波编辑更是对本书进行了逐字逐句的校对和编排，确保了读者拿到手中的书籍的准确性与可读性。本书主编为程大鹏，由程大鹏、熊慧敏、魏静编著，协助本书创作的还有宋松、刘通、苏阳熙、赵慧文、高嘉扬、邓然、张光子、姜文婷、毛涛、刘嘉良、杨子欣等。

感谢选择本书的读者朋友，如果本书给您带来了切实的帮助，编者将不胜荣幸。由于编者水平有限，书中难免存在许多不足，热切欢迎您对本书提出中肯的意见和建议，编者将洗耳恭听，使得我们的课堂从书本继续延伸，将学习探讨的热情继续下去。编者的联系邮箱为xionghuifei@sina.com。欢迎大家批评指正。

编者

目 录

第1章	合成是什么——影视合成基础知识	1
1.1	合成的概念	1
1.2	常用的影视合成软件	4
1.3	本章小结	6
第2章	影视合成的主要工作领域——电视包装	7
2.1	电视包装的基本概论	7
2.1.1	狭义包装与广义包装的关系	7
2.1.2	电视包装基本概念	7
2.1.3	实践过程基本案例	17
2.2	本章小结	19
第3章	合成工作的准备活动——界面设置及基本操作	20
3.1	运行软件	20
3.2	工作界面综述及相关参数介绍	21
3.3	与After Effects 相关的视频基础知识	29
3.3.1	电视制式背景知识	29
3.3.2	像素比的设置	30
3.4	素材的调入	33
3.4.1	如何调入素材	34
3.4.2	导入素材的不同类型	36
3.5	素材的设置及管理	42
3.5.1	素材的设置	42
3.5.2	素材的管理	47
3.6	工作环境的设置	48
3.7	保存工作成果并渲染输出	50
3.8	本章小结	56
第4章	初级实战演练——Logo 演绎篇	57
4.1	包装形象的浓缩——Logo 演绎	57
4.2	实例制作	57
4.2.1	制作思路、要点	58
4.2.2	画面镜头速率的调解	58
4.2.3	画面背景元素的制作	62
4.2.4	画面素材的调色处理	68
4.2.5	夺目的光效	71
4.2.6	文字特效	75
4.2.7	细节部分调整	82
4.2.8	整体调整	84
4.3	关键特效模块	85
4.3.1	3D Stroke 特效	85
4.3.2	Shine 特效	89
4.4	本章小节	90
第5章	合成师的基本功——调色篇	91
5.1	什么情况下需要调色	91
5.2	数字图像中的颜色理论	92

5.2.1	什么是颜色模式	92
5.2.2	RGB 颜色模式	93
5.2.3	三原色、次混色和互补色	93
5.2.4	HSB 颜色模式	93
5.2.5	After Effects 中颜色模式的表示工具	94
5.3	基本调色工具	95
5.3.1	观察和调整图像的利器——Levels (色阶) 工具	96
5.3.2	变化莫测的曲线——Curves (曲线) 工具	110
5.3.3	自动调整中的玄机	117
5.3.4	颜色理论的演示工具——Color Balance 命令	119
5.3.5	颜色中藏着蒙板——Hue/Saturation 命令	122
5.4	颜色混合模式在调色中的应用	127
5.5	综合实例	141
5.6	本章小节	151
第 6 章	After Effects 必学特技——抠像篇	152
6.1	抠像的使用环境与基本概念知识	152
6.2	软件模块综述	152
6.3	After Effects 自带抠像工具实例操作	153
6.3.1	二元键控	153
6.3.2	色调键控	158
6.3.3	色域键控	162
6.3.4	其他工具	168
6.3.5	比较结论	174
6.4	After Effects 外接插件抠像工具	175
6.4.1	“一键抠像”工具——Keylight	175
6.4.2	实用高效的抠像工具——Primatte	191
6.4.3	DV 机抠像的福音——dvmatte pro	195
6.5	本章小结	200
第 7 章	探索合成的神秘领域——遮罩、蒙板与通道篇	201
7.1	遮罩、蒙板与 Alpha 通道本是一家	201
7.2	需要利用到遮罩的场合	202
7.3	通过遮罩去控制图层的显示	203
7.3.1	主要特效手段	203
7.3.2	综合实例: 泼墨中国画——戏如人生	206
7.3.3	综合实例: 时尚生长线条——民间中国	223
7.4	遮罩去控制特效的属性	238
7.4.1	主要特效手段	238
7.4.2	综合实例: 汇聚画面广告效果	238
7.5	本章小节	264
第 8 章	After Effects 难点大挑战——运动草图及表达式	265
8.1	运动草图参数和使用方法	265
8.2	表达式	271
8.2.1	表达式的图标	271
8.2.2	表达式的基本概念——纬度 / 向量 / 阵列 / 索引	272
8.2.3	表达式添加	273
8.3	综合实例	289
8.4	本章小结	307

第1章 合成是什么——影视合成基础知识

1.1 合成的概念

在电影行业的发展之初,法国的电影大师梅里爱第一次使用了多次重复曝光的电影技术,把电影作为艺术品,从而创造了真正的戏剧电影(梅里爱本行是魔术师和剧院经理,他第一个发现并拓展了摄影的基本特技:停机再拍、慢动作、溶暗、淡出、叠印和两次曝光等。他首开使用舞台演员、布景、道具、服装、化妆手段等方法进行摄影之先河,开创了与L-卢米埃尔“捕捉自然”相对立的另外一种风格)。在他创作的众多杂耍式电影中,一百年前的人们第一次看到梅里爱本人的人头被他自己充气膨胀到了爆炸的地步,当时影院里人们心中的震撼,完全不亚于现代人看到火星人类登陆月球的那份惊讶和新奇。这实际上是利用二次胶片曝光的技术把拍摄的人脸和事先拍好的场景素材在同一张胶片中合成的结果。电影艺术大师早在影视艺术的萌芽期就已经告诉了我们合成的概念——合成,实际上就是把不同来源、不同性质的画面元素进行有机组合的过程,组合的过程中需要对素材本身进行艺术的再加工和创作。如图1-1所示,左边是梅里爱本人;右边是他拍摄的杂耍式电影的一个经典镜头。



图1-1

计算机的使用为特技制作提供了更多更好的手段,也使许多过去必须使用模型和摄影手段完成的特技可以通过计算机制作完成。特技镜头无法直接拍摄得到,一般有两种原因:一种是拍摄对象或环境在现实生活中根本不存在,比如恐龙、外星人;另一种是拍摄的对象和环境虽然在实际生活中存在,但无法同时出现在同一个画面,比如影片的主角从剧烈的爆炸中逃生。对于第一种困难,就必须利用别的东西来模仿拍摄对象,常用的手段包括制作模型,利用对人的化妆来模仿其他生物以及通过计算机制作三维动画。实际上,计算机三维动画也是一种模型,只不过它是存在于计算机中的虚拟模型而已。总之,要解决这类问题,需要利用一种能够“无中生有”的办法。但这些手段一般只解决了问题的一部分,这些模型,三维动画也不能直接存在于所需的背景上,这时自然又引出了一项技术,就是后期合成。

既然拍摄的对象和环境都是存在的,就可以单独拍摄它们,然后再把分别拍摄的这些画面合成到同一个画面中,让观众以为这是实际拍摄的结果。这种技术可以创作出荧屏上的奇观,既使人感到真实可信,又有很大的视觉冲击力,给观众极大的震撼

和愉悦。过去，合成主要依靠特技摄影和洗印时的技巧完成。但数字合成技术的发展迅速使这些手段相形见绌，在近年来不断推动的特技电影中，数字合成的电影类型迅速发展，并带动了整个电影行业的发展。数字合成技术与三维动画有很大的区别，它本身不是一种“无中生有”的手段，而是利用已有素材画面进行组合，同时可以对画面进行大量的修饰、美化，可以说是一种“锦上添花”的手段。在影视特效领域中，运用合成可以有效地减少影视制作成本，摆脱时间和空间的束缚，比如大片中重现某种荒漠、丛林、古代建筑等。实拍做不到的，通过三维模型素材与实拍素材在合成软件中进行处理来完成。如图1-2~图1-6所示涉及到的影片镜头均为合成制作完成。



图1-2

电影《英雄》特效镜头：秦王面前的烛火，能随着无名内心的杀气而动。

制作说明：原始的场景只是普通的蜡烛，但利用计算机制作出了蜡烛的火焰，然后用它们替换原来的烛火。合成特效人员同时为烛台加入了随着烛火变化的光影。



图1-3

电影《英雄》特效镜头：为了让残剑安心写字，无名和飞雪施展绝技抵挡箭雨。

制作说明：在这个场景中，只有在房上和地面上的一些固定的箭是原来就有的，在空中飞舞让无名和飞雪抵挡的箭全是计算机制作出来的。特技人员做的另一件事是在背景中加入了一些建筑；此外，在飞雪的身上加入了运动模糊效果。

电影《达·芬奇的密码》特效镜头：特效团队创造了一个虚拟的圣叙尔比斯教堂，也使得观众们坚信电影是在真实的教堂中拍摄的。

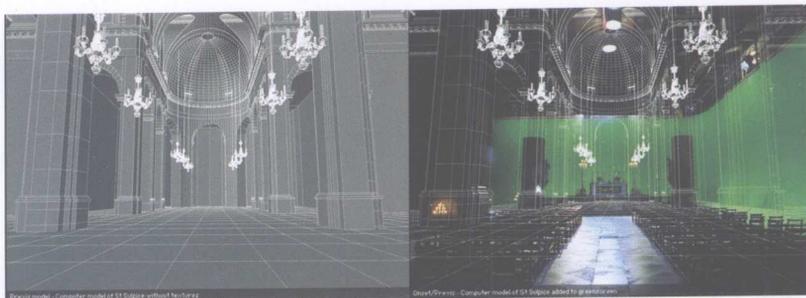


图 1-4

制作说明：整个团队从教堂的测量结果和照片入手，利用这些测量的结果和照片，特效人员渲染出一个电影分辨率级的虚拟3D场景，针对真实环境测试的过程非常的艰难，整个测试都在对错的交替中进行。



图 1-5

电视剧《X档案》特效镜头：女主角正在调查某种透明人生物，要用粉末涂抹透明物体以察看其形态。

制作说明：特效师事先做好一个蓝色塑胶人头放在架子上，女主角开始给蓝人头刷粉，经过特效处理将蓝色人头去掉与真实环境进行匹配后的效果。



图 1-6

制作说明：请注意这里使用黄色粉末和蓝色人头，选择蓝色是因为蓝色与背景反差大，去除的时候比较干净。黄色恰好是蓝色的对比色，可以准确的与蓝色区分也能更好地去除溢色。

随着影视制作技术的迅速发展和计算机技术的应用普及，影视后期合成制作领域在不断的扩展——从传统的电影特技镜头的制作到如今电视行业包装、广告、宣传片等。作为现代人在每一秒钟都会看到合成软件制作的画面。例如很多电视片头、MTV等节目就是如此。这时合成的首要要求不是真实感，而是纯粹的审美和形式感。但从合成的技术手段来说与仿真的合成并没有太大的区别。图1-7和图1-8所示为国外包装公司VFX作品。



人物与三维虚拟空间进行合成



更为纯粹的色块、光效、线条与字的组合

图1-7



体育频道字幕和导视系统



MTV: 合成时着重颜色的反差与对比

图1-8

如今片头动画已经成为任何一档影视节目中不可或缺的点睛之笔,高水平的动画作品蕴藏着丰富的设计思想和很高的审美价值,精彩美妙的片头动画作品在创意和制作上都有着必须遵循的审美要求和设计原则。

通过上面的介绍,大致总结出影视后期制作的概貌,利用实际拍摄所得的素材,通过三维动画和合成手段制作特技镜头,然后把镜头剪辑到一起,形成完整的影片,并且为影片制作声音。目前,中国虽然利用数字合成技术来制作影片才开始不久,但我们相信在不远的将来,随着行业的不断发展,将有越来越多的有识之士投入到这个有前途和希望的事业中,中国影视特效领域也能步入世界强者之林。

1.2 常用的影视合成软件

目前市场上有许多影视合成软件,从身价几百万美元的高档软件到基于PC的面向普通用户的合成软件都可以见到。这些软件可以分为面向流程的合成软件和面向层的合成软件。面向流程的合成软件把合成画面所需要的一个个步骤做成单元,每一个步骤都按照一个或是几个输入画面,对画面进行处理,并产生一个最终输出的画面。这样通过若干步骤,形成一个流程性的工作方式。像大家比较熟悉的 Shake、Fusion 就属于这一类。

面向层的软件把画面划分成若干的层次,每一个层次对应一段原始素材。通过对每一层进行操作,比如增加滤镜、抠像、调整运动等。最终将所有层的画面按照一定的

方式和顺序进行叠加就可以得到最终的画面。像 Adobe 公司的 After Effects 和高端机上运行的 Inferno/Flint、Flame、Smoke 都属于这一类。

这两种不同工作概念的软件各有千秋，前者更善于制作精细的特效镜头，后者则具有更高的制作效率。前者由于不受层的限制可以设计出任意复杂的流程，对于画面质量要求较高而且制作时间非常充裕的电影特效镜头非常合适。而后者的优势在于操作直观、制作高效、修改方便，虽然基于层的工作方式从某种程度上说会束缚创作者的发挥空间，但是对于电视级别的，画面质量要求不算特别高，而且周期又短的合成工作而言，还是非常适合的。当然，这样的划分并不是绝对的，对于电影合成而言最著名的莫过于 Inferno 了，但它本身是面向层的软件，这种软件的规模、价格以及相应的硬件支持都绝非寻常软件可比。下面着重介绍本书中涉及的软件：After Effects。After Effects 软件的启动画面以及工作界面如图 1-9、图 1-10 所示。

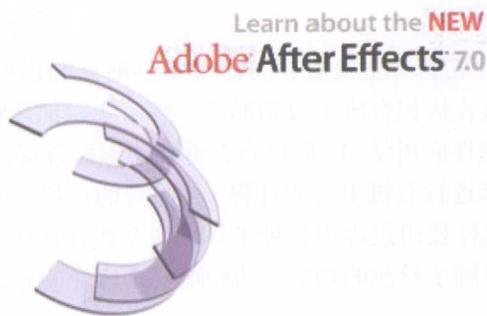


图 1-9

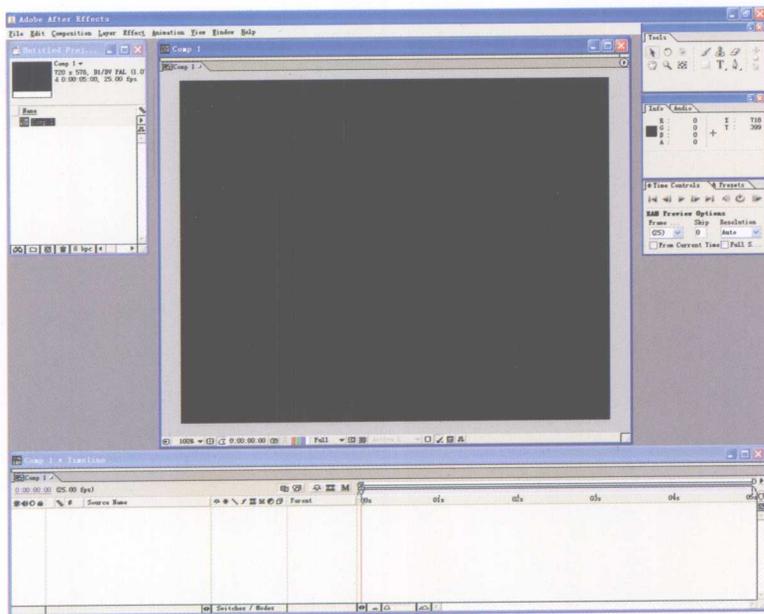


图 1-10

After Effects是美国Adobe公司出品的一款基于PC和MAC平台的特效合成软件，它是最早出现在PC机用户平台上的合成软件。它具有强大的功能和低廉的价格，在中国拥有最为广泛的用户群体。国内大部分的特效人员都是从这个软件起步的，该软件汇集了当今许多优秀软件系统的编辑思想，如从Photoshop中引入了层的概念，使得After Effects可以对多层的合成图像进行控制，制作出天衣无缝的合成效果；动画关键帧、运动路径等概念的引入，使得After Effects对于控制高级的二维动画游刃有余。效果众多的第三方插件完全可以弥补After Effects在特效模块的不足，可以与高端大型软件相媲美。After Effects不但可以与Adobe公司的Photoshop、Premiere、Illustrator无缝合成，还可以高效地创作出专业级的作品。因此，无论电影、电视还是多媒体创作，After Effects已经推出了全套的工具，使工作流程更加灵活，可以实现2D和3D合成、动画以及动画效果的制作。

1.3 本章小结

本章通过介绍合成的历史发展，力图用循序渐进的讲解，使用户在脑海中勾勒出合成的基本概念。首先认识合成手段和形式，然后才能加强软件操作的流程概念，更快地进入下一阶段的软件应用学习。用户应着重理解影视合成的核心思想，即把不同来源、不同性质的画面元素进行有机组合的过程，在组合的过程中对素材本身进行艺术的再加工和创作。如果把软件使用过程中各种工具及命令比作珍珠，那么合成的思想是贯穿于全书发展的丝线，了解了丝线的功能，巧妙地安排珍珠的分布才能帮助大家制作出属于自己的美丽项链。

第2章 影视合成的主要工作领域——电视包装

教学目的: 在本章中将学习影视特技合成最重要的工作领域——影视形象包装的行业基础知识, 方便初学者对于自己所学的专业技能的前期工作有一个明确清晰的认识, 使其更快地理解制作工作的上游流程。

2.1 电视包装的基本概论

2.1.1 狭义包装与广义包装的关系

对于“包装”这一概念, 设计界正赋予越来越广泛的含义, 用于诸多不同领域的研究。“将某种东西包裹起来, 以使它存在并产生作用”, 成为对包装这一概念的广义理解。为使整体形成、运转, 并能被使用而将必需的零件包容组合成单位成品, 使其成为功能模块的包装, 属于工业设计领域; 使空间成为可被人使用的状态, 将必需的材料、装置等拼合组成单位空间, 它属于环境设计领域; 通过各种媒介渠道, 以各种表达方式来呈现信息的主要内容则属于信息的包装。电视的包装起源于设计行业, 是电视节目作为商品投放市场前必经的一道工序。正如同企业通过包装实物产品与顾客进行信息沟通一样, 电视包装既具备识别区分功能, 又具备在其基础上延伸发展而来的促销功能, 会产生一种商业包装效应, 是强化视觉信息的产物, 即增加产品的形象表现力。

2.1.2 电视包装基本概念

1. 频道包装基本概念

从形象设计的角度看, 按照国际广播设计者联合会以及国际电视宣传与营销联合会关于电视频道整体包装的定义, 电视频道的“整体包装”指的是关于电视频道的全面包装设计, 包括“在播包装”和“离播包装”两个方面的众多内容。

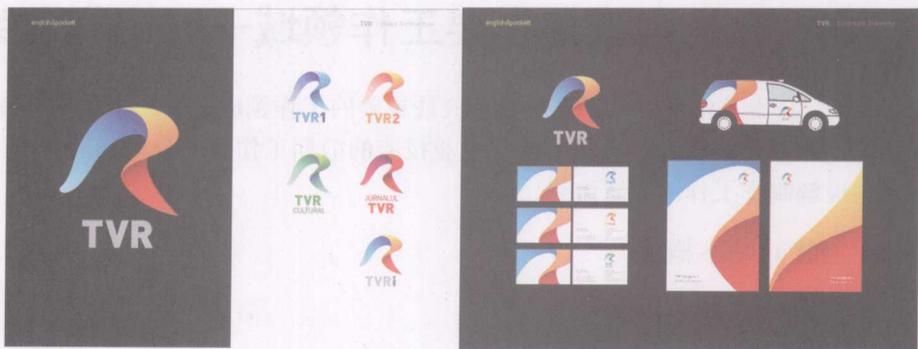
在播包装是指除节目内容和插播广告之外, 电视频道播出内容的包装设计与应用; 是电视频道利用自由媒体资源进行自我包装宣传和形象推广的主要方式。在播包装涉及频道形象、栏目形象、收视预告宣传, 以及演播室、主持人形象设计等众多方面。在播包装为建立电视频道的品牌识别和视听屏幕形象服务。

离播包装是指电视频道在非电视媒体(如: 广播、报纸、杂志、网络)以及社会公共环境中的形象设计与应用。离播包装包括: 电视频道的电子网站、平面宣传品、户外广告, 以及办公用品、展览推广活动、纪念礼品等方面的设计。离播包装为建立电视频道良好的社会形象、品牌形象服务。

西班牙电视台 TVR 的整体包装建设如图 2-1 所示。

品牌意识已经成为电视节目营销的主要手段。从商业价值体系论的角度看, 电视频道的整体包装是一种打造电视媒体品牌的重要手段; 是一套有效的、有益的电视媒体价值体系; 是电视媒体新的利益增长点以及有效的盈利模式; 是一种操作电视媒体的营销方法。让观众把自己当作品牌来认知和记忆, 依靠品牌效应大造竞争优势, 谋求更多利益, 是专业化电视频道和影视制作公司的生存支柱。图 2-2 所示为西方几个大型电视媒

体品牌标志。



LOGO 标示设计

办公用品、交通工具形象设计



展览推广活动、纪念礼品设计

在播包装 LOGO 演绎以及形象宣传片

图 2-1



图 2-2

2. 频道 VI 识别体系

20 世纪 50 年代中期，美国各大企业为了强化市场营销统一企业形象，采取标准化、系统化的视觉范畴，用以达成社会大众统一认识的目的。美国 IBM 公司通过 CI 设计塑造企业形象，成为公众信任的“蓝色巨人”，导致 CI 时代的来临。经过几十年的发展，CI 作为一种专门的经营战略风靡全球。CI 系统是一个复合的系统，它主要有三个方面，分别是经营理念识别 MI (Mind Identity)、经营行为识别 BI (Behavior Identity) 和整体视觉识别 VI (Visual Identity)。

- Mind Identity：通过对企业经营理念的定位，来传达企业宗旨、企业精神和企业目标，它是企业独特形象的基础和原动力。

- Behavior Identity: 在经营理念的指导下, 通过表现企业对外参与, 对内组织、管理、教育等活动来展示企业形象的独特的设计系统。
- Visual Identity: 在企业经营理念、战略范围和经营目标的支配下, 运用视觉传达手法, 通过企业识别符号, 来展示企业独特形象的设计系统。它也是MI、BI概念性规划后与传播对象直接接触的最后环节。它的执行能力高低直接关系到以上两个环节的有效传播与大众反馈。

VI整体视觉识别通过借助于直观的标示符号和内在的理念等证明自身性与内在统一性的传播活动, 从其使用情况看, 业内人士将其分解成两层含义: 其一是指主体的差异性, 主体有区别于其他同类的个性化特征; 其二是指主体的个性化特征要有完备的统一性, 共同表达主体的识别性。可见, 本质的需求意义是识别。正如日本学者山田理英所说: “从主体差异性的观点来看, Identity 就是‘我是谁’的疑问和解答; 从统一性的立场来看, Identity 是企业本身某些事物的共通性”。电视节目特别是频道以及栏目的包装目的, 就是要从色彩、形状、动态、声音等方面建立自己独特的表现形式, 使之成为区别于其他电视节目的主要识别依据。影视包装合成的工作领域主要集中在在播宣传部分的VI设计部分, 接下来将分析一下在播宣传系统会涉及哪一些视频系统。

(1) 频道ID (频道台标呼号)

ID 即英文 Identification 的缩写, 原意是“识别、标识、身份证明”等。频道ID 就是电视频道表明频道身份的短片, 是最直接的自报家门。频道ID 是完整的包含台标、字标、口号、声音等的电视标识。图2-3所示为英国BBC电视台4频道不同时期的ID形象。



图2-3

频道ID的新演变形态, 共享ID——就是把普通频道呼号功能与其他功能结合在一起的频道ID, 其中节目ID是共享ID最重要的演变, 它是电视台把自己的品牌信息注入节目最重要和最简便的方式。它也叫片花ID, 传统ID只解决频道呼号的问题而不解决频道与节目的关系, 节目ID作为一种中和解决的方式应运而生。它以频道ID的方式出现在片花的位置, 同时包括频道信息和节目名称。

- 主持人或明星的ID: 以名人作为表现主题的形象宣传片是一种大家耳熟能详的形式, 因为电视媒介的传播性质, 名人与观众已经建立起视听面对面的密切关系, 名人具备成为电视媒体的“公众形象大使”的天然优势。可以充分利用这个感性优势使媒体与观众建立起稳定而牢固的关系。如图2-4所示。

