

电视图像艺术

DSTXYS

吴 天 著



成 都 出 版 社

吴天著

电视图像艺术

苏工业学院图书馆
藏书章

洪民生题

责任编辑：黄廷尧

特约编辑：郝丽娜

封面设计：吴向鸣

技术设计：文永青

电视图像艺术

吴 天 著

成都出版社出版发行

(成都市十二桥街 60 号)

成都印刷一厂印刷

开本 787×1092mm1/32 印张 9,875 字数 200 千

1991 年 9 月第一版 1991 年 9 月第一次印刷

印数：1—3000 册

ISBN7—805750—236—2/j·40 (精) 定价 9.80 元

序

吴天同志是成都电视台年青的电视美术工作者。结合具体工作实践，用科学观点从理论上总结了电视图像艺术设计工作，这是电视屏幕中的“细胞学”，既有理论意义，又有实践的参考价值，他做了一件有意义的开拓性工作。

电视发展到今天，已经从“小气候”变成“大气候”，出现了电视时代、电视时间、电视人、电视文化等说法。电视面对的是大众而不是小众。电视屏幕拥有全能文化的功能，从好的方面讲，可以起到求知、益智、励志、冶情、赏心的积极目的；从一般意义上讲，它可以起消遣、娱乐、调剂生活的功能。但如果电视节目办得不好，所起的负作用也不容忽视，主要表现为浪费观众的宝贵时间，影响社会风尚，甚至影响一代人的文化品位。有人曾发

过奇想，如果没有电视，生活该怎样渡过，过节如果没有电视作伴，将会失去多少生活光彩，因此从文化和生活的角度来看待电视功能，电视已经融合在整个社会的政治、经济、文化、家庭的活动中。电视确实能推进文化的发展，弘扬文化，电视几乎可以起到一个国家、民族、时代的文化形态塑造者的历史责任的作用，可以辐射文化、延续文化、倡导文化。

作为电视工作者，应该下更大的功夫和力量，来研究怎样运用电视，发挥其最佳的功能，减少和防止其负作用，以弘扬民族精神，以民族文化为己任，发挥更大更积极的社会效能。

电视的地位及作用已经被社会所确认，但电视节目的本体还远没有使大众满意。新闻类节目、文艺类节目、专题类节目，除了需要准确及时传达信息，还需要研究如何真正办出有浓浓的中国味、民族味、地方味、艺术味、电视味的各类节目，把“软件”和

“硬件”有机结合起来，把节目内容通过综合制作、技术运用，推出一大批一流节目奉献给观众。

大家希望看到好节目，有特色的节目，制作者也愿意推出优秀节目，良好的愿望和客观的需要都要具备，难度在于专业性实践及理论上的研究。这几年，电视屏幕上涌现了一大批好节目，培养了一支很优秀的电视队伍，电视与社会的协作面越来越广，各行各业都希望在屏幕上露面、亮相，电视的专业书籍也逐渐多起来，但相比之下，电视理论建设还是相当薄弱的。吴天同志这本书在探索电视的“细胞学”上起了好作用，表明他是电视界的有心人。再好的节目也需要从具体图像出发，从静止到运动，从视和听，从科技和艺术，从光、声、色和造型等等方面去研究如何有机地结合和良好地体现，他总结了13个图像设计分类，即直观性、启发性、系统性、实用性、审美性、具象性、抽象性、古典性、现代性、油画性、国画性、形式

性和浪漫性，虽然这样分类不算太确切，它是从实践中总结出来的理论概括。

由此我想到对如何美化屏幕、优化屏幕、净化屏幕有很多文章可做，希望有更多的电视工作者从事这方面的研究并开展开拓性的工作，从宏观到微观，从平面到立体，从单一到复杂，从构图到整体结构，从内容到形式，以技术硬件作为载体，把电视的各类节目都升华到审美和文化的范围，把为亿万观众服务的屏幕节目制作好、转播好，真正求得屏幕生辉，起到益智、冶情、导向的好作用，这是件功德无量的大事情、好事情，这也是我为吴天同志作序的一点借题发挥。

洪民生

1990年于北京中央电视台

前言

本书讲的是电视图像艺术的设计。

图像是视觉感官交流的途径,艺术是视觉感官传情的通道。电视图像艺术在电视节目拍摄制作中,有着不可替代的地位和作用。可以说,电视图像的优劣与节目的成败有着密切的关系。要处理好这个关系,就须认真研究探讨图像艺术的设计问题。

本书所要讲的电视图像艺术,归属于设计美学范畴。“迪扎因(design),已成为目前国际上广泛流行的重要术语。英文 design,原有设计、计划、图样等含义。它在文艺作品中指构思、底稿、结构、情节等意义。它在技术美学范围内,主要指艺术设计活动,因而是设计美学中的基本范畴。它要求将艺术审美因素与技术制作的功能因素密切结合,因而它被人们称为20世纪60年代出现的一

种新的社会实践形态。”^①这里讲的电视图像艺术，也是一种艺术设计活动。其中有电视台标图像设计，电视片头片尾图像设计，电视新闻图像设计，电视专题图像设计，电视字幕图像设计，电视广告图像设计，电视剧图像设计等。在“设计美学中最重要的规律和原理是：既不能只顾实用功能而否定审美要求，也不能只顾外观漂亮时髦而没有实用功能”。因此，在研究电视图像艺术问题时，必须明确审美与实用功能的相互关系，审美与实用必须根据电视节目的性质来确定其主次位置，不然则会在电视节目图像艺术设计中搅乱了审美与实用的关系。

当前，我国电视图像艺术设计，还处在探索阶段。尽管近几年推出了不少优秀电视剧、电视专题片，但是，在电视圈内对电视图像艺术设计问题，还未系统地从理论上加以总结认识。在这个

① ②王世德著《美学新趋势》，四川大学出版社1986年版。

时期,从黑白电视到彩色电视;从节目单一化到多样化;从栏目简易化到丰富化;从电视图像实用性到审美性,我们的设计意识、研究意识还比较薄弱,常常忽视设计的科学性,从而导致科学与艺术之间缺乏应有的理解,缺少有机的配合和统一。

电视图像艺术设计既是一门科学,又是一门艺术。科学在于掌握电视设备的功能,艺术在于把握电视图像艺术的形式。功能和形式,正是科学与艺术二者结合的图像艺术的产物。这就是本书主要探讨的电视图像艺术中的问题。

目 录

序

前言

第一章 电视图像运动

美学	1
一、电视图像运动的形成	1
二、电视图像运动形式	8
A、电视运动形式	9
B、图像运动形式	12
C、图像运动程序	29
D、图像快慢运动	31
三、电视图像运动结构	33
A、起 点	33
B、终 点	34
C、运 动	35
四、电视图像构图	35
五、电视图像运动构图	38
A、前期运动构图	39
B、中期运动构图	40
C、后期运动构图	41
六、图像与身体运动	44

A、运 气	44
B、动 作	46
七、图像与时间和空间	47
A、图像与时间	47
B、图像与空间	48
八、图像与点线面构成	50
九、图像与符号和图案	56
A、分解式图像设计	56
B、组合式图像设计	61
十、图像与色光关系	65
A、色与光	65
B、色与色	67
C、光与光	68
十一、图像与色彩材料	70
A、反射率高	70
B、反射率低	71
十二、图像与镜头视点	73
A、物与视点	74
B、光与视点	75
C、色与视点	75
D、声与视点	75
E、动与视点	76
十三、电视图像与音乐	77
A、选择音乐配制图像	78

B、创作音乐配制图像	79
------------------	----

第二章 电视图像艺术艺

计原则与分类

一、电视图像艺术设计原 则的根据	81
---------------------------	----

二、电视图像艺术设计分 类	83
------------------------	----

三、科学与艺术相结合的 原则	88
-------------------------	----

四、理论与实际相结合的 原则	89
-------------------------	----

五、电视图像艺术造型的 要素	91
-------------------------	----

A、镜 头	91
-------------	----

B、光 色	92
-------------	----

C、颜 色	92
-------------	----

D、造 型	94
-------------	----

E、运 动	95
-------------	----

F、节 奏	95
-------------	----

G、空 间	95
-------------	----

H、时 间	96
-------------	----

I、字 幕	96
-------------	----

J、电视特技	97
--------------	----

K、图像构成	98
--------------	----

第三章 电视台标图像艺

术设计

A、台标与地区	101
---------------	-----

B、台标与民族	102
---------------	-----

C、具象性台标	103
---------------	-----

D、抽象性台标	104
---------------	-----

E、综合性台标	105
---------------	-----

第四章 电视片头片尾图

像艺术设计

一、电视片头图像设计	109
------------------	-----

二、电视片头图像运动结	
-------------	--

构	111
---------	-----

三、电视片头图像分类	121
------------------	-----

A、具象性片头	121
---------------	-----

B、抽象性片头	123
---------------	-----

C、浪漫性片头	129
---------------	-----

四、电视片尾图像艺术设	
-------------	--

计	132
---------	-----

五、电视片头与时间	135
-----------------	-----

六、电视片头图像与片名	
艺术	138
A、具象图像与具象片名	
同位	139
B、抽象图像与抽象片名	
同位	140
C、抽象图像与具象片名	
相互错位	142

第五章 电视广告图像艺

术设计	145
一、电视广告特性	146
二、电视广告原则	146
三、电视广告分类	147
四、电视广告设计	150
五、电视广告制作	153
六、电视广告针对性	157
七、电视广告预期性	158
八、电视广告播出与时间	160
九、电视广告播出形式	161
十、电视广告工作类别	164
A、管理	164

B、创作	166
C、媒介	167
D、制作	168

第六章 电视新闻和栏目

图像艺术设计 170

一、电视播音员和节目主 持人图像设计.....	171
----------------------------	-----

二、电视播音员和节目主持人 服饰与背景图像设计.....	175
---------------------------------	-----

A、服饰图像设计	175
----------------	-----

B、背景图像设计	176
----------------	-----

三、电视栏目片头图像设 计.....	181
-----------------------	-----

四、电视新闻和专题采访图像 设计.....	183
--------------------------	-----

A、摆布式图像设计	184
-----------------	-----

B、突发式图像设计	186
-----------------	-----

第七章 电视剧图像艺术

设计..... 189

一、艺术总体设计.....	190
---------------	-----

二、导演设计	191
三、电视剧图像镜头设计	192
A、草图镜头设计	193
B、色彩镜头设计	193
四、电视剧制作设计	194
A、场景设计	195
B、服装设计	196
C、道具设计	197

第八章 电视字幕图像艺

术设计	199
一、运动字幕图象设计	199
二、静止字幕图象设计	207
三、电视标题运动和字幕 设计	211
A、怎样设计标题	211
B、怎样设计字幕	212
四、电视字幕的艺术性	217
A、字幕与图案	218
B、字幕与画面	219
C、字幕与色彩	220
D、字幕与个性	220