

电影艺术基础理论系列

周承人/著

电影美术导论

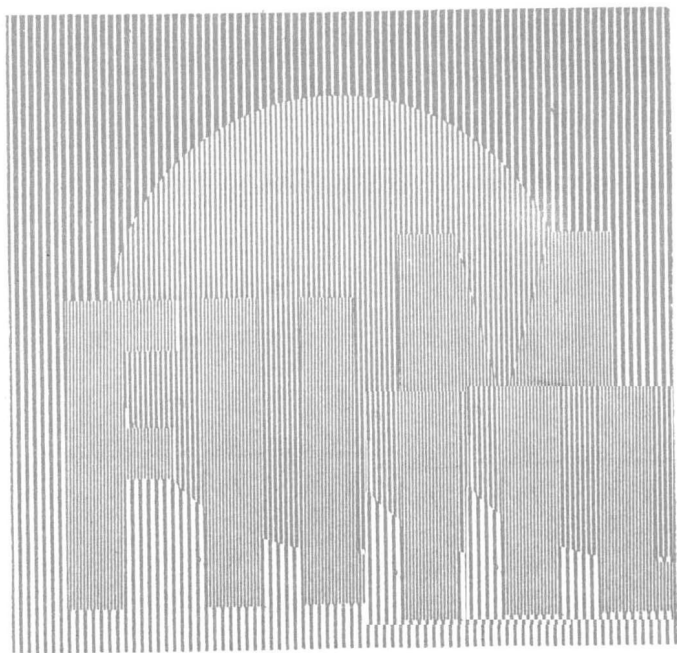


中国电影出版社

电影艺术基础理论系列

电影美术导论

周承人/著



中国电影出版社

1997 北京

内 容 说 明

这是一本电影美术入门的书。

本书深入浅出地讲述了电影美术的构成和功能,电影美术的艺术方法及其特征,电影美术范畴中的布景、服装、化装、道具艺术的创作实践经验,以及中外电影美术史略诸方面的问题。它立足于中国电影(包括港台电影)美术创作实践的基础之上,广泛涉猎欧美电影美术的实例和介绍最新的创作与技术经验。在讲述中作者采用比较的方法,对电影布景、服装、化装、道具艺术与话剧、戏曲的布景、服装、化装、道具进行比较,从而鉴别电影美术诸方面的艺术特征。本书有助于初学者和电影美术工作者、爱好者开阔视野,并从中获取借鉴与启迪。

书中插有百余幅设计图样,供参考。

图书在版编目(CIP)数据

电影美术导论/周承人著. —北京:中国电影出版社,
1996. 11

(电影艺术基础理论系列)

ISBN 7-106-01144-4

I. 电… II. 周… III. 电影美术-概论 IV. J913

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 11307 号

责任编辑:云 梦

封面设计:乃 萱

版式设计:徐淑华

责任校对:王 涓

电影美术导论

中国 电 影 出 版 社 出 版 发 行

(北京北三环东路 22 号)

北京丰华印刷厂印刷 新华书店经销

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:13.125 插页:平 2
精 5

字数:280000 印数:3000 册

1997 年 12 月第 1 版北京第 1 次印刷

ISBN 7-106-01143-6/J · 0575 定价:(精) 24.70 元

ISBN 7-106-01144-4/J · 0576 定价:(平) 19.70 元

自序

我国电影美术家池宁先生生前曾说：“干我们这一行的人，大多是‘作而不述’。”诚然。处于银幕之后的电影美术工作者，是默默奉献着的一群：一笔一画、一板一木、一针一线……在汗水和辛劳中创造出银幕上的万千世界。他们做的很多、很多，而说的很少、很少，甚至往往被人们所忘却，更谈不上鲜花和掌声。苏联电影大师爱森斯坦深情地赞誉他们说：“我就觉得自己是在和那一群仿佛被奇迹带引到我们的生活和我们的时代中来的古罗斯的无名大师们打交道。这些大师年复一年地佝偻着身躯，在我们教堂的拱形圆顶上描绘着圣像头顶上的光轮和面容，把大礼拜堂的圆屋顶涂成金色，把象牙雕成十字架，把金丝卷成种种装饰珍贵器皿用的奇妙的花饰。……那双露在架于前额的镜框下面的眼睛却充满了专心致志、一丝不苟的神情，额头上呈现出一道道皱纹，正像千百年来所有精明能干的俄罗斯实用美术大师们一样，当他们凝神构思，当他们热情而巧妙地通过自己双手所创造的富有魅力的作品体现出自己的意图的时候，他们的额头上便布满了一道道深思的花纹。”^①像这样的大师不仅在

^① [苏]《爱森斯坦论文选集》，中国电影出版社1982年版，第201—202页。

俄罗斯有，在中国和世界各国电影制片厂中都有。世界电影的一百年历史中有着他们的足迹和手印，他们是这一百年电影历史的创造者之一。这些无冕大师们理应受到世人的尊敬。

电影美术师大多“作而不述”，并成为一种世界性的现象，如法国人莱昂·巴萨克所说：“迄今为止，人们对于电影中的所谓‘技术’部分也并未给予足够的重视，正因为如此，至今仍没有人对布景做过任何严肃认真的研究。”^① 1983年我曾将国外的电影美术译文集成名为《论电影美术》一书，寄给已故香港电影美学家林年同先生，后来他曾致函我说：“在中国，同类性质的书还未见有出版过，很有意义。……二十多年来西方国家出版了两种书，都是在电影美术这个领域很有价值的著作。一种是史学方面的，一种是美学方面的，值得参考。”可见，在西方电影发达的国家中，电影美术方面的著作也是极少的。这里，应该感谢电影美术家韩尚义先生，他在中华人民共和国建立不久的五十年代，即在电影美术理论园地中着手耕耘，他是我们这一行中又作又述的先者。虽然这些著述带有时代和历史的局限，但它们不失为后来者的有益借镜。

就我个人所知，系统而概括地阐述电影美术创作中的内外关系，以及美术师所要处置诸方面问题的书还极少。写这样一本书是历史和现实的需要。事情总要有个开头。当中国电影出版社向我约稿时，虽自知不足，但自觉的使命感使我不自量力地接受了这项颇具挑战性的工作。我开始重新学习，从头再认识这一边缘学科。四十多年来，国内同行发表于报刊上的创作心得和总结文字不少，也出版过有关的译著，但都只是侧重于

^① 《国外电影参考资料》，北京电影学院编译，1981年9月号，第3页。

局部的和技术性的，因此，写作就不得不在缺少借鉴的前提下开始。本书的挑战性就在于开拓。它必须阐明几个基本问题：电影美术是怎样产生的？是做什么的？是什么性质的？是怎么做的？它的历史沿革是怎样的？这些问题构成了全书的框架。我把认识和探讨的基础放在中国电影和中国电影美术艺术实践的历史之中，这是立足点。正像电影是世界性艺术一样，电影美术也是世界性的艺术现象。书中不仅要反映中国电影美术家的创作和观念，也要介绍欧美、港台同行们的艺术经验，将我们的视野放在更为广阔的天地里。为此，我尽可能多地搜集欧美、港台和国内的艺术资料用作实例。考虑到与之对话的是电影和电影美术的爱好者以及准备进入我们这一行或初入我们这一行的年轻人，那么导引他们熟悉这一专业时，就先从电影生产这扇大门，进入电影艺术，再步入电影美术创作各个程序、环节和部类，最后深入到电影美术的历史长河中去。这里，我只充当了一次导游者的角色。

为着能讲清基本原理和带有规律性的知识，选例则不在于片目的新或旧，而看是否能在理论上说明问题。同时，也尽可能地选择除祖国大陆外还包括外国及港台影片获得成功的创作经验。作为艺术，电影美术创作虽说有它的特殊性，但有许多艺术原理和创作方法与其他门类艺术有共性而互通。在论述过程中，我一方面选择更具权威性的论点为证，另一方面列举姊妹艺术中相通或相同方面作艺术类比，以期在比较中达到对电影美术的艺术表现特征的鉴别，而不致囿于就事论事的狭窄范围。我也尽可能地采用中外新鲜实例，吸纳其中提供的新鲜经验。

法国人马赛尔·马尔丹可以在博览群片之后来写他的《电影语言》，我们则做不到，也不可能做到。过去看影片时，并没

有想到要用于现在的写作，而现在写作时却又看不到所需的影片。我们只能凭着记忆和搜集到的文字、图片资料以及所能看到的影片录像，作为写作的参考，这就难免因个人之不足而产生不确乃至错误。这里，恳请专家、学者给以斧正，同时也期待广大的读者给予批评指正。

可以告慰的是，我终于在本书中对电影美术的历史画了一个粗略的轮廓，尽管它很粗糙，但总算有一个轮廓。人们可以继续、修正和丰富它，并使之完善和接近准确。

像大多数前辈一样，我也是从舞台美术转向电影美术的，而且大部分时间是在舞台上，尤其是在舞台美术教学岗位上。戏剧和电影是不同门类的艺术。虽说都是以视听元素为表现手段的艺术，但二者毕竟在思维历程、生存环境、表现方法和规模上有着极大的差别。可是，二者在艺术原理和创作方法方面却又是同多于异。正是基于这一认知，我方敢于接受这一挑战性的任务。我要感谢已故的两位老师：中国老一辈舞台美术家、舞台美术教育奠基人刘露先生和苏联来华的舞台美术专家亚·维·雷科夫，是他们授我专业知识，导引我人生之路。我将这本书献给我终生敬爱的两位老师。

在此，我要感谢电影出版社对本书的支持，在出书经费紧张的情况下，为了电影文化的积累，使本书得以出版。我也感谢责任编辑云梦同志为编辑这本书付出的辛劳，以及徐虹、陈汉涛、蔡师勇等同志对本书所给予的关心和帮助，没有他们的大力支持，就不会有这本书的问世。最后，还要感谢香港的王炳雄先生为本书所提供的电脑特技资料。

周承人

1995年12月

目 录

自序	1
引子	1
第一章 电影美术的构成及功能	4
第一节 电影与美术	5
一 默片时期的视觉主义思潮	5
二 两种艺术形态	9
三 美术在电影中的质变	11
第二节 电影美术是为影片做“包装”	13
一 为影片创造感性形式	14
二 为影片形式奠定造型基础	15
第三节 电影美术为影片创造“第二现实”	21
一 舞台空间和电影空间	21
二 时空艺术中时空观念及其形态	26
三 环境是电影的叙事性因素	32
四 环境是电影的抒情性因素	37
五 环境是电影的戏剧性因素	40

六	环境是电影的动作空间	44
七	环境是某些类型影片的造型风格特征	48
第四节	电影美术为电影创造人物的外部形象	51
一	化装和服饰的原始形态	51
二	日常生活服饰与电影人物服饰	55
三	历史和社会的符号	58
四	个人性格、心理、情绪的信息	60
五	影片韵律的元素	65
第二章	电影美术的艺术方法	71
第一节	为电影美术正名	71
第二节	电影美术是电影艺术中的有机元素	77
一	电影艺术的“综合”说	77
二	特殊的“合金”	81
第三节	二度创作与原创的统一	84
一	出发点与归宿	84
二	二度创作是极富个性的再创造	86
三	二度创作与原创的契合点	88
第四节	从属性与独创性的统一	91
一	局部从属整体	91
二	从属中的独创	93
三	“三位一体”是统一的保证	97
第五节	假定性与逼真性的统一	100
一	没有广义的假定性就没有艺术	100
二	不同艺术有不同的假定性	104
三	电影美术的假定性	106

第六节	固定空间与运动空间的统一	109
第七节	物质的实用性	120
一	设计图只是蓝图和手段	120
二	施工制作是物化的过程	122
第八节	电影画面是电影美术的载体	126
一	镜头与画面	126
二	分镜头草图	130
第三章	电影布景的创作	136
第一节	电影布景与戏剧布景	137
一	电影布景的类型概念	137
二	电影布景与戏剧布景的原则区别	138
第二节	创作前的准备	140
一	剧本的价值	141
二	对剧本的剖析	142
第三节	深入生活是创作的先导	147
一	对生活的真诚	148
二	引申和扩大	149
三	筛选与虚构	150
四	贵在积累	153
五	把真诚献给艺术	154
第四节	进入创作	156
一	布景设计构思	156
二	确定影片造型的基调	159
三	从人物入手破题	161
四	时代是可感的形象	164

五	环境的共性寓于个性之中·····	168
六	动作与场面调度·····	172
七	环境气氛的营造·····	178
八	光线与色彩·····	184
九	关于实景·····	199
第五节	布景设计的体现·····	206
一	布景气氛图·····	206
二	平面图·····	207
三	布景制作图·····	209
四	布景的搭建·····	211
第六节	特技布景·····	217
第四章	电影化妆、服装、道具的创作·····	218
第一节	电影的化妆艺术·····	218
一	化妆艺术的始祖·····	219
二	电影化妆与戏剧化妆·····	222
三	电影化妆的首要因素·····	230
四	电影化妆是动态性化妆·····	231
五	共同探索和创造·····	234
六	魅力出于整体·····	238
七	电影化妆的种类和方法概述·····	240
第二节	电影的服装艺术·····	241
一	在魔术与伪装之间·····	241
二	电影服装与戏剧服装·····	244
三	服装是人物身份、性格、心理的标志·····	246
四	用服装的更迭描述人物的命运·····	249

五	不是为了复古·····	255
六	多样统一·····	257
七	服装设计师的工作·····	261
第三节	电影的道具艺术·····	266
一	概念和比较·····	266
二	意在不言中·····	271
三	思想和情感的外化和延伸·····	273
四	以物状人·····	275
五	事件中的扣子·····	277
六	隐喻和象征的载体·····	280
七	道具的设计和体现·····	282
第四节	电影造型的革命性变革·····	284
第五章	电影美术史略·····	297
第一节	外国电影美术史略·····	298
一	“电影视镜”中的人物和环境·····	298
二	两种电影空间处理方式的确立·····	300
三	从绘画到构筑·····	306
四	欧洲电影美术的探索·····	316
五	美国好莱坞的电影美术风格·····	324
六	苏联电影的美术设计·····	335
七	意大利新现实主义电影的美术设计·····	343
八	现代电影的美术设计·····	347
第二节	中国电影美术史略·····	359
一	早期的电影美术·····	359
二	三四十年代的电影美术·····	380

三	五六十年代的电影美术.....	392
四	“文革”时期的电影美术.....	400
五	新时期的电影美术.....	402
结束语.....		409

引 子

1995年是电影诞生的一百周年，也是中国电影问世的九十周年。短短的历史一瞬，电影由杂耍节目成为新兴的艺术，成为极具社会影响力的艺术，以至世界政治家们都对它给以关注。一位美国总统称电影为“装在铁盒子里的大使”，列宁也说过，“在所有的艺术中，电影对于我们是最重要的”。因为，没有任何一种艺术像电影那样影响着人们的思想和生活方式，也没有任何一种艺术像电影那样依仗科学技术的进步以促进自身的发展。电影由黑白变为彩色，由无声到有声再到立体声，由标准银幕到宽银幕再到环形银幕等等，都是科学技术的进步使然。也没有任何一种艺术像电影那样有着庞大的创作群体。如美国好莱坞曾有一个统计数字说，摄制一部美国影片需要动员246种不同行业。从电影经济学上讲，电影是一种工业，是一种文化企业，是一种商业行为，它必然要依赖于其生存的社会环境和内外的市场流通，因此，电影也是一种文化消费品。所以，承认也好，不承认也好，电影从来就是以商品形式进入市场流通渠道的。观众既然花钱买票看电影，就是和电影生产者做等价

交换，就是买卖，因此对电影的商品性质完全不必遮掩。观众在决定把票钱投向何处时，有他的自由，而影响他作决定的是影片的质量和吸引力。在把金钱等于资本主义的“左”的观念里，“票房价值”被打翻在地，然而被打翻的却是一种正常的价值观念。商业片这个概念也没有什么可怕，就电影具有的商品性一面来说，拍电影就是经营一种商业。资本家为了赚钱而千方百计去研究观众心理，注重市场信息和预测，从而确定其资金的投向，这种重视观众需求和善于经营观念，不仅不可怕，还应该学习。应该抛弃的是西方商业片中为着赚钱而去迎合某些观众不健康的心理和低级趣味的市侩作风。我们拍出的影片，应该是既能赚钱又能以高尚的审美情趣和认识功能满足观众的需求，达到积极的社会效益，既叫好又叫座，这是应该追求的。如上所述，电影不是空中楼阁或象牙塔中的艺术，它是大众传媒文化，特定的社会政治、经济和文化所形成的生存环境状态，决定性地影响着每一个电影生产者的行为和生存方式。

电影的生产是以摄制组为基本单位，在艺术上，它是最活跃的能动的细胞群，任何一种制片方式，都是以摄制组为其基本的生产组织。无论中国或外国，也无论其规模大小，摄制组的部门设置和人员职责分工都基本相同或相类似。我国的电影摄制组是由制片主任、导演、摄影师、美术师、录音师、剪辑师和演员等主创人员及其所统率的专业部门所构成。所以，电影生产是一项系统工程，包括了若干子系统工程，电影生产过程中的内部关系派生了相互制约和相互协调的要求，以及在思想上和物质上的保证。它的形成是近百年来千千万万电影工作者创造性劳动的结晶，是他们在电影生产实践中所总结所规范。美国电影理论家戴维·德波维尔和克里斯琴·汤普森说：“要理

解电影艺术，首先要认识到影片是机器和人类劳动结合的产物。”^① 电影的生产流程向我们揭示了这一结合的现实。至于电影是如何产生的，它又怎样成为一门艺术，读者可以从有关专著中去了解，本书不作叙述。下面我们将首先来谈谈电影美术是做什么的？它的职能是什么？

^① [美] 戴维·波德维尔、克里斯琴·汤普森：《电影艺术导论》，上海文艺出版社 1992 年版，第 2 页。

第一章

电影美术的构成及功能

什么是电影美术？它由哪些成分构成，它们在电影艺术中的功能是什么？一句话，电影美术是做什么的？

法国电影理论家马赛尔·马尔丹将电影中布景和服装等造型因素列为“电影的非独特元素”，理由是“因为它们原不属于电影艺术独有，其他艺术（如戏剧、绘画）也采用之故”^①。马尔丹的概括过于轻率。戏剧和绘画是有服装、布景、光线、色彩等造型元素，问题是戏剧和绘画中这些成分是不是和电影中一样而毫无不同呢？如果二者有质的差别，还能不能称之为“电影的非独特元素”？还有没有一个称之为“电影美术”的艺术门类呢？我认为，“电影美术”只属于“电影的”，它就是“电影的独特元素”，不再是别的艺术中的构成元素。

^① [法] 马赛尔·马尔丹：《电影语言》，中国电影出版社1980年版，第36页。