

电视节目制作丛书



镜头前的 艺术

——
影视解读、拍摄与编辑

绘画

摄影艺术，实际上是用光线来

摄影镜头是我们的眼睛；蒙太奇是我们的思维。眼睛需观察记忆真实的世界；思维则应当顺畅、通达，富有逻辑性。

任远 主编

任远

宋菁

朱长江 编著

ZHONG GUO GUANG BO DIAN SHI CHU BAN SHE

中国广播电视出版社

镜头前的 艺术

——中国书画在电视中的传播

中国书画在电视中的传播

中国书画在电视中的传播





镜头前的艺术

——影视解读、拍摄与编辑

任 远				主编
任 远	宋 菁	朱长江		编著
李 宽	任 欣	任 远		插图

中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

镜头前的艺术：影视解读、拍摄与编辑/任远、宋菁、朱长江编著. —北京：中国广播电视出版社，2000.5

(电视节目制作丛书/任远主编)

ISBN 7-5043-3492-8

I. 镜… II. ①宋…②朱… III. 电视节目-制作

IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 07652 号

镜头前的艺术——影视解读、拍摄与编辑

主 编：	任 远
编 著：	任 远 宋 菁 朱长江
责任编辑：	高子茹
装帧设计：	李燕平
责任校对：	陈丹梅
监 印：	张 杰
出版发行：	中国广播电视出版社
电 话：	66093580 66093583
社 址：	北京复外大街2号 (邮政编码 100066)
经 销：	全国各地新华书店
印 刷：	涿州市鑫铂印刷厂
开 本：	850 × 1168 毫米 1/32
字 数：	350(千)字
印 张：	17.375
版 次：	2000年7月第1版 2000年7月第1次印刷
书 号：	ISBN 7-5043-3492-8/G · 1346
定 价：	29.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

序 言

这本书的书名是《镜头前的艺术》。这代表了我的一种看法：影视艺术基本是镜头前的艺术。因为无论是长镜头拍摄，还是蒙太奇的编辑，都是镜头前的艺术抉择和技术处理。当然，选用这个书名，也是为了能比较恰切地涵盖本书的主要内容——影视制作的前期拍摄和后期编辑处理。

此书编写之前，我们已见过不少种介绍影视拍摄或剪辑的书。本书自然不可能摆脱那些带规律性的传统的技艺。但是，我们也千方百计探寻一些新鲜的内容，诸如摄影部分的构图技艺，我们更重视镜头在连续构成方面的相互关系。对于轴线与轴线规律部分的内容，我们也加以拓宽了。在编辑方面，我们突出了场面调度中的选择性剪辑和表现性剪辑。总之，我们尽力补充了一些海外影视制作的晚近的技艺知识，使我们这本书增大了信息量，更富有新鲜感。

通过这本书的编写，我们更深刻地体会到影视的摄录和编辑是内容非常宽阔的学问。需要人们不断探索、开发，去丰富它、发展它。那种把制作技艺看做一成不变，只需默守

陈规的看法，显得多么幼稚、可笑！鉴此，我们作了力所能及的工作，并且不惜重新审视、补正我们自己原先发表过的一些论著，努力站在一个新的起点上来阐述我们新的认识。

本书作者中有两位是广播电视新闻专业的硕士生。他们在攻读电视传播学基础理论的同时，也深切体会到掌握电视制作技艺的重要。现在，我们比任何时候都认识到理论结合实践的价值。我们绝不赞成那种站在影视制作圈外，对实务缺少体验却在坐而论道的空谈家。因为，事实上所有的空谈家都是没有什么发言权的。

以上就是我们编著本书的出发点。希望这本书能得到更多读者的关爱和指教。

任 远

目 录

序 言

第一章	影视艺术的解读·····	1
第二章	制片的组织与筹划·····	13
第三章	编剧·····	24
第四章	光线·····	33
第五章	胶片·····	40
第六章	摄影机·····	61
第七章	透镜及滤光镜·····	76
第八章	照明和照明方式·····	99
第九章	曝光·····	109
第十章	摄影机操作·····	116
第十一章	影视画面语言概述·····	164
第十二章	连续构成——康迭尼·····	193
第十三章	对列构成——蒙太奇·····	247
第十四章	洗片厂·····	307
第十五章	声音·····	326

第十六章	声音的录制·····	338
第十七章	影片制作与录像制作·····	373
第十八章	编辑——镜头匹配与剪接·····	403
第十九章	编辑——场景过渡的手段·····	433
第二十章	变格技巧的艺术表现力·····	467
第二十一章	表现蒙太奇·····	476
第二十二章	影视音响编辑·····	489
第二十三章	长镜头的纪实性和表现性·····	516
第二十四章	长镜头与场面调度·····	534

视觉事物是很难用语言表达出来的。这是一种“偏见”，但却包含真理的内核。

——普道夫·阿恩海姆

第一章 影视艺术的解读

影视艺术为人类五官中的两组器官——视觉和听觉提供享受。这一过程的实现必须借助于高科技手段。因此，影视工作者的工作受到的第一层限制就来自观众的解读能力和他本人在制作中所使用的技术手段。

第一节 观众的解读能力

人的感知包含两个方面：接收器官——眼睛和耳朵以及负责对接收到的信息进行加工的大脑。两组接收器官执行各自功能的方式有所不同。在大脑正常运转的前提下，耳朵能听见所有进入听觉范围的声音；眼睛却是有选择地观看，这种选择有时是有意识的（如阅读时将注意力指向这一行或移到下一行，甚而干脆闭上眼睛什么也不看），有时是无意识的。

具有灵敏视觉的接收组织集中在视网膜中央的凹陷部分。所以，为了保证成像清晰，我们必须直视某件物体。由

于大多数物体的体积都不只是一个点，我们的视线不得不持续地从一个点移动到另一个点，以覆盖整个物体。这种半自觉的运动称为扫视，每次扫视大约需要 $1/20$ 秒，当我们将视线从一个点移到另一个点后，前一个影像将在大脑中停留一次扫视所需的时间，以免它被我们忘记。这种将影像短暂保留在视网膜的现象称为“视觉暂留”。正是这种生理现象的存在使电影的出现成为可能。

人类的视觉集中在视网膜凹陷部分导致了一个结果：人类看见和感知任何对象都需要时间。所需时间的长短与视觉对象的固有性质无关，而是由观察者来决定。为了了解物体的真实情况，观察者仔细审视着它，通过自觉或不自觉地调动视线，决定看的内容和看的先后顺序。一个人扫视的范围越广、速度越快，他的视觉效率和视觉质量就越高。如果一个人经常性地使用视觉，如果他的视觉感受能力经过了更多的训练，那么他就能在一段限定的时间里看到更多的东西。

观看和理解现实生活中我们周围的事物需要对我们的眼睛进行训练。进一步来说，为了观看和理解录下来的影像则显然需要对我们的视觉和大脑进行更多的训练。不过我们的听觉器官可没那么复杂。习惯于采集日常生活中各种声音的耳朵完全可以应付各种录下来的声音。换句话说，如果设备非常精密，我们的耳朵可能根本分辨不出现实声音和录制声音的差别。视觉和听觉之所以会有这种不同，原因在于：现实生活是由宽度、高度和纵深度组成的三维空间，绘画、照片、电影、电视等形象艺术却必须用二维框架来表现它。

从宽度和高度组成的二维框架中辨认出现实生活中的三维形象要经过不断的训练，这种技能的复杂之处在于它不仅

要通过学习才能掌握，而且会随文化背景的不同而发生变化。要知道并不是所有的民族都是使用二维框架记录生活的。即使他们确实这样做，也不一定非得采取和我们一样的方法。正因为如此，对影像的感知才会有文化差异。20 世纪 20 年代，人类学家威廉·哈德逊对一群生活在乡村中，与西方文明鲜有接触的非洲人进行了测试，试图了解他们是否与欧洲人一样能从二维形象中感受出透视关系，结果，他得到答案是否定的。

因此，尽管每个正常人都能看见并辨别出一个视觉形象，但大脑对眼睛看到的信息如何加工却在很大程度上受制于人们学习到的解读方式。这种解读方式随文化的不同而变化。

在西方文化中接受训练和教育的人们不仅能够根据二维图像勾勒出现实生活中的三维物体，而且倾向于从所有的二维图像中读取透视关系。长期的训练是导致这种倾向和习惯的根源。

图 1-1 中的四幅透视图展示了我们学习从二维框架中读取三维透视关系的过程。在学习过程中，我们还形成了其他的解读习惯。

与顶部相比，我们更重视底部，所以，位于底部附近的物体就有了稳定的特质，接近顶部的物体则在习惯上被认定为不稳定的，水平比垂直更有重量感。面对同样长度的水平线条和垂直线条，我们会觉得水平线更长一些。这种解读方式部分源于视觉艺术长期以来形成的欣赏习惯，部分则源于文化习俗。比如说，我们习惯从左到右书写文字，而不是像阿拉伯人那样从右写到左，或像其他民族那样两种方式都

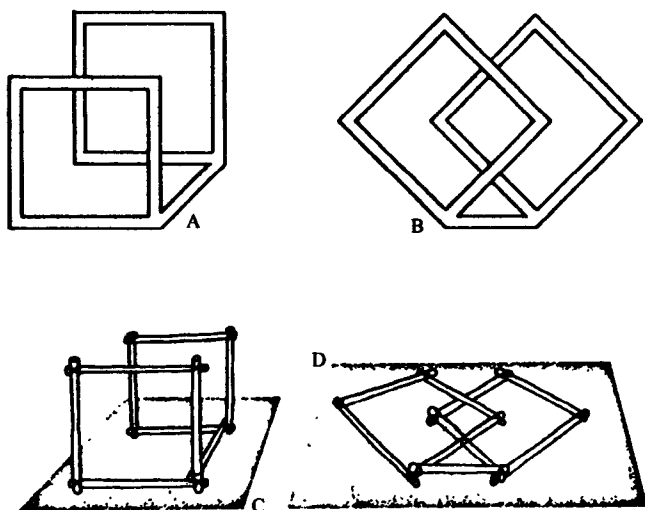


图 1-1 建筑图案

本测试要求受试者用树枝或棍棒再现这些图案的三维形象，他们的反应各不相同。西方人在欣赏艺术家的二维绘画的过程中掌握了其中表现三维世界的符号与惯例的含义，因此将图 A 看做是三维的，图 B 是二维的，这里体现三维的有效符号是能传递纵深感的 45° 角斜线，这在图 A 中非常明显。而在图 B 中，由于斜线不在透视平面上，所以三维感不如图 A 强烈。来自非洲的受试者由于不熟悉西方的这种三维符号，因此将两副图都当成是平面的。图 C 和图 D 分别是西方人和非洲人根据图 A 所制作的模型。

用。在欣赏绘画时，我们也遵循着这样的方向。对我们来说，左边比右边优先，我们观察从左下角上升到右上角的对角线相当于经历了从稳定状态到不稳定状态的变化过程。因此，图 1-3a 中的楼梯似乎是向上的，而图 1-3b 中的楼梯似乎是向下的。然而，事实上，生活中的任何楼梯都是既可以

用来上楼，也可以用来下楼的。

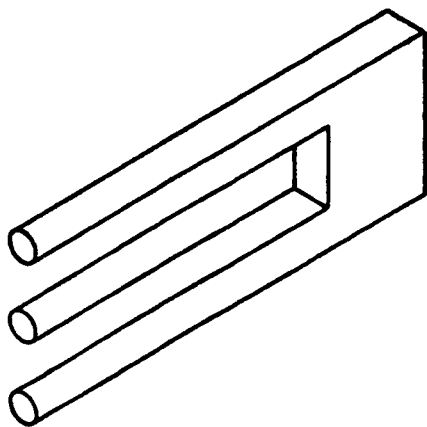


图 1-2 模棱两可的三叉戟

这幅图看起来莫名其妙是因为我们习惯了西方的透视符号。它引起很大的心理震动：我们的脑子里坚持要把它当成一个存在于空间中的实物，而不是平面上的一幅画。

赋予某一个形象何种意义与我们从物理学中学到的经验有关。一个像金字塔那样基于宽阔底部之上的三角传达出力量和稳定的信息，因为我们知道，像这样具有坚固底部的物体既不会倒下，也不容易挪动。

由此可知，画面的感知也受心理作用的影响。（图 1-4）我们不仅学会了从二维形象中读取透视关系，还学会了根据物体在二维框架中的位置赋予它们某些特定的含义。为了更好地理解智力和心理感知过程在影视中的作用方式，我们必须把影视看成一种传播系统。和其他传播系统一样，电影、

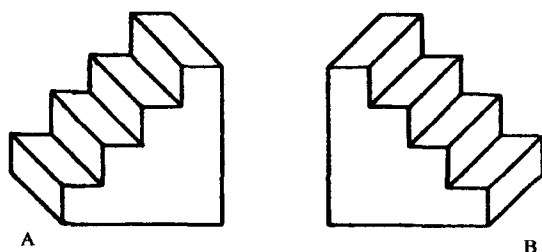


图 1-3 二楼/下楼图

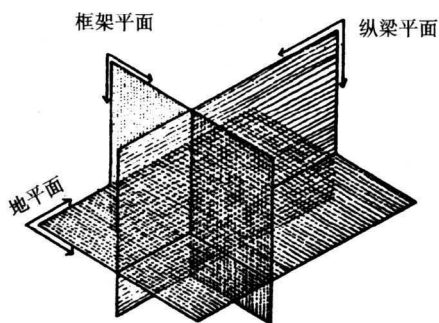
由于西方人习惯于从左至右阅读，因此我们把图 a 当成是上楼的楼梯，而把图 b 当成是下楼的楼梯。

电视的运作方式和语言非常相似。但电影、电视毕竟不是语言。有人这样认为：影视没有词汇和语法，而是自己创立了一套由符号、代码和特殊的句法构成的表达系统；但也有学者把影视与语言类比。

此外，我们还必须区分影视视觉因素的两个方面：单一的影像或镜头和一组影像或镜头。

一幅影视画面类似于一个语言符号，一个符号由两部分组成：指称符和指称对象。比如“玫瑰”这个词，它的书写和发音构成了指称符，它的指称对象则是另一件事物。不同的人看到“玫瑰”这个词会联想到不同的实物，而在影视中，所有的人都看见了玫瑰本身。因此，在影片中，指称符与指称对象重合，通过运用自己特殊的符号，影视从不“暗示”，它只展示。

通过这种尽量还原实物的手段，影视能够传递关于物质世界的准确信息。文字和语言擅长于表达抽象的理论和概念，而电影、电视则在描绘物质世界时表现出它的精确性。



空间构成的三个平面

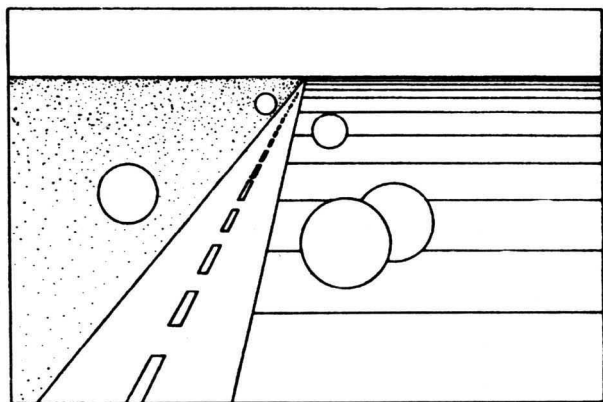


图 1-4 空间构成的三个平面图

在拍摄玫瑰的画面时，摄影师从无数朵玫瑰中选定了特定的这一朵，又从无数的拍摄方法中选定了特定的一种来呈现它的姿态。

摄影师选择了某一个角度来进行拍摄，摄影机或定或动，色彩或明或暗，花刺或隐或现，镜头或长或短，背景清晰使花朵与之融合或背景模糊使花朵突显出来。这些问题都要由他来决定。

如前所述，呈现物体的方式会从智力和心理方面影响到人们对画面的理解。因此，摄影师对拍摄方式的选择赋予了这朵玫瑰以不同的含义。

影视画面表达含义的另一种方法就是与前后画面形成意义链。

当一个镜头的长度足够使我们的眼睛完成一次扫视的全过程时，根据个人理解能力的不同，我们可以从中领会出无限的信息。但事实上，对某个镜头的智力和心理感受必定会受到该画面及其前面画面的限制，也会受到其后画面的影响。电影正是由这样的意义链构成的。各个镜头的含义不仅决定于它本身，也决定于它的前后脉络。

在发展过程中，影视艺术在其视觉因素的两方面都形成了一套特殊的规范。这些规范有些借鉴了其他的视觉艺术，对此我们前面已作了介绍。有些则是它自己的创造，尤其是对它特有的句法结构——镜头组的处理。一百多年来电影培养了几代习惯于看电影的观众，他们都知道如何将一组连续的镜头联系起来以取得递进的含义。比如，他会知道一张充满整个画面的脸并不是一个巨人的脸，这样的镜头不代表他的脸太大以至于整个屏幕都装不下，它只不过是放大的常人的脸。由于他能将这个特写画面与前后画面相联系，因而能够正确领会它的含义。

影视艺术的出现改变了我们的思维模式。

它甚至还影响了我们的生理功能。今天的人们能以更快的速度观察事物，我们眼睛的扫视效率提高了。因此，今天的电影、电视都变快了——镜头更短，剪辑的节奏更快。

观众强化了生理、智力、心理各方面的功能以适应媒介。影迷们学会了阅读影视的符号，掌握了理解它的含义的方法。

第二节 技术的影响

影响影视的另一方面是技术。任何艺术都有依赖技术和材料的一面，与所有艺术形式一样，电影会受到各地政治、社会、哲学和经济因素的深刻影响。但同时它又比任何其他艺术形式都更依赖于技术手段，它的形式、风格、表意方法，结构和主题都在很大程度上受限于它所使用的复杂而精密的技术设备。

影响电影和电视的第一个技术因素是画框，画框确定了图像的边界，并通过它的宽度与高度的关系，即高宽比影响每个镜头的构成。

例如，在 50 年代中期以前，内景拍摄和对话主宰了屏幕，其数量远远超过目前的状况。宽银幕出现以后，外景拍摄、实景拍摄和动作镜头组变得越来越重要了。这是因为宽银幕不仅画面较大，而且高度和宽度的新比例使得画幅更开阔，更适合表现被摄对象。两侧空间延伸后，画面中的运动需要更长时间，镜头的播摄也更具吸引力。相对而言，电视荧屏的高宽比却不能如此轻松地表现类似的被摄对象。在电视制作中，由于画幅比例和尺寸的限制，不仅远摄经常被全