

影视 文化 (下)

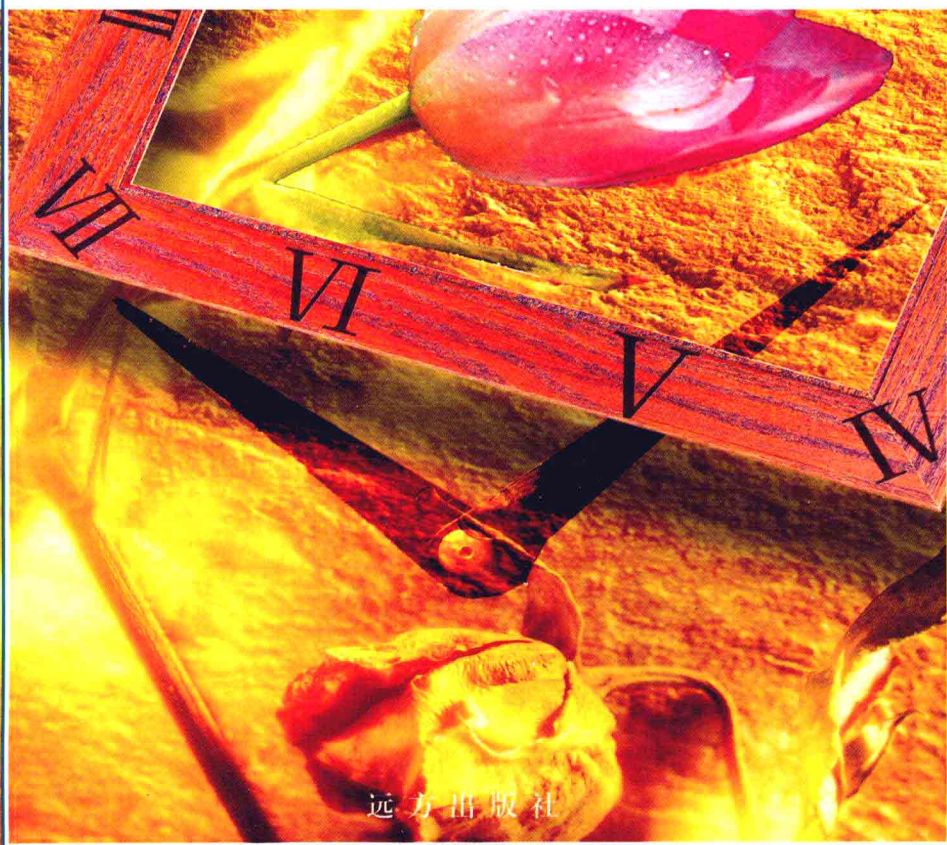
YING SHI WEN HUA



百科知识

BAI KE ZHI SHI

石 门
◎主编 冯 洋
田晓菲



远方出版社

责任编辑:戈 弋

封面设计:白 雪

百科知识 影视文化(下)

主 编	石门 冯洋 田晓菲
出 版	远方出版社
社 址	呼和浩特市乌兰察布东路 666 号
邮 编	010010
发 行	新华书店
印 刷	北京朝教印刷厂
版 次	2005 年 1 月第 1 版
印 次	2005 年 1 月第 1 次印刷
开 本	850×1168 1/32
印 张	690
字 数	4980 千
印 数	5000
标准书号	ISBN 7—80723—007—X/G·4
本书定价	45.00 元(两册)

远方版图书,版权所有,侵权必究。
远方版图书,印装错误请与印刷厂退换。

前 言

在历史的长河中，人们探寻的脚步从未停止过。当中不乏有文学艺术、民俗文化、社会变迁、经济生活、医药卫生、军事技术、自然科学等，包含了人们生活的方方面面。在这些领域中，有些已经取得了一些可喜的成绩，但有一些尚待研究。

中国文化一直是学术界、思想界关注的焦点之一，对一些重要问题展开争鸣，研究成果也在不断涌现。《百科知识》从史料出发，以理性为指导，展示了中华民族悠悠岁月中所创造的灿烂文化成就。对世界的文化也进行了追根溯源。

编者精心将一些繁琐的题材整理为一个体系，涵盖面极广。包括从古到今人类在各个领域的研究。大到农、工、商、科技等领域，小到人的吃、穿、住、行等各个方面。

本书立足于历史，内容客观实际，趣味十足。对当代人的工作和生活有很大的启迪作用。在对中国以及世界文化的研究中，本书并没有就历史而谈历史，而是立足于当代，在对中国文化的异质性进行挖掘的过程中，力图为中国和世界文化的未来选择提供借鉴。在当代与传统的视线融合中，作者往往能发前人所未发，不乏创新性的真知灼见。在论述中，作者从本质上把握住中国和世界各领域发展的精魂，提纲挈领而不繁复芜杂，真正做到了融世间百态于其中，百花争放，独占鳌头的境地。

除了充分发掘、利用各种传世文献和地下出土文献资料之外，广泛借鉴、吸收前贤、时哲包括国内外各个领域专家的研究方法和相关研究结果，注重学术规范，也是本书的一个突出优点。

就其内容之广博而言，它是民众生活的百科全书；就其思想

感情深厚程度而言,它又是以国家乃至人类共同体心灵世界的窗口。本书会让读者在欣赏中国及各领域知识的同时,更深入体会到中华文化的博大精深,一定会使读者增长见闻、受益匪浅。

青少年在校园的生活应是丰富多样的,也是有选择的,不应是枯燥无味的,我们应该在学习中寻找乐趣和在寻找乐趣的同时获得知识。阅读本书对外国在各领域的发现也会有所了解,对自身阅读欣赏能力的提高有一定的帮助作用。

新千年的曙光已照耀全球,新世纪的社会对人才的培养提出了超越德、智、体、美、劳全面发展的、更高的要求。能否立足于新世纪,成为新世纪的主人和强者,关键在于你是否拥有足够的竞争资本和超强的竞争能力,能否在激烈的竞争中脱颖而出。阅读此书会提高竞争的筹码。

本书内容博杂、囊括百科,举凡天文、地理、动物、植物、历史、文学、建筑、科技、美术、音乐、绘画、饮食、服饰、礼仪、工业、农业、军事、卫生、天文、核能、语言、书法、休闲、影视、数学、生物、考古、医学、电信、货币、学校以及历代名人都有涉及和介绍。丛书主要表现在题材新、角度新和手法新,内容丰富,覆盖面广,形式活泼,语言流畅,通俗易懂,富于科学性、可读性、趣味性。全书将成为广大读者增长、开发智慧的亲密朋友。

我们衷心希望,广大读者能从实践中吸取现代科学知识的营养,使自己的视野更开阔、思想更活跃、思维更敏捷。

希望本套丛书会得到广大读者的喜爱,并恳请专家、读者指正书中的不足。

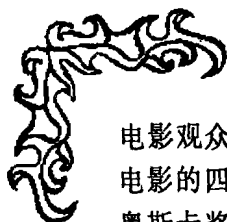
编 者

2005 年 1 月

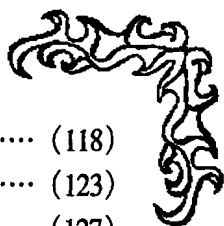


目 录

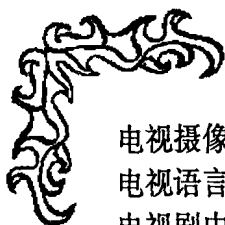
电影拷贝	(1)
拷贝与印制	(3)
我国电影市场的现状	(5)
电影发行	(8)
我国电影的输出与输入	(10)
电影在视觉上是连续的	(12)
放电影要用的设备	(14)
电影放映机	(17)
放映机的类型	(19)
电影还音	(21)
电影银幕的种类	(23)
宽银幕电影的原理	(26)
看电影坐在哪里最佳	(28)
电影院的发展历史	(30)
保护影片	(32)
电影宣传	(34)



电影观众心理学	(37)
电影的四大社会功能	(39)
奥斯卡奖成为世界电影界的大奖	(42)
米老鼠的诞生	(44)
影评的作用	(46)
怎样写好电影评论	(48)
电视归属于广播之列	(61)
电视发展的历程	(62)
英、美、德三国的电影	(66)
电视事业的兴盛	(71)
中国电视的发展历程	(75)
有线广播电视	(79)
卫星电视广播	(83)
高清晰度电视	(85)
中国有线电视的发展状况	(89)
中国的卫星电视传送目前状况	(92)
电视制式	(94)
“ENG”、“EFP” 以及 “ESP”	(98)
电视演播室	(100)
“电视中心”	(104)
卫星广播系统	(105)
电视新闻节目的制作	(110)
电视纪录片的制作	(115)



电视节目的编辑	(118)
世界上著名的私营商业电视台	(123)
英国广播公司	(127)
中、德、前苏联的国营电视台	(129)
电视台的各类专业人员	(132)
电视新闻在当今媒体倍受青睐	(139)
电视节目	(141)
“空中课堂”——电视教育	(143)
世界上第一家电视博物馆	(145)
国际电视节	(148)
我国电视剧的发展情况	(150)
“千里眼”——电视	(152)
电视频道	(155)
接收卫星电视节目	(157)
电视演播室要严格封闭	(159)
电视里怎样播放电影	(161)
奥运会实况的转播	(163)
电视剧的录制过程	(165)
写好电视文学剧本	(168)
写分镜头剧本	(170)
电视剧导演	(172)
电视连续剧	(174)
电视特技	(177)



电视摄像手法	(178)
电视语言修辞	(180)
电视剧中音响效果	(182)
电视美术	(184)
喜闻乐见	(187)
从电视剧中捕捉信息	(189)
电视观众心理学	(191)
电视摄像机结构原理	(194)
把电视信号送上天	(196)
电视机的结构原理	(198)
黑白彩色的电视机	(200)
显像管怎样显像	(202)
电视遥控的原理	(204)
电视天线	(207)
使用共用天线电视系统	(209)
选购电视机	(211)
正确使用电视机	(213)
看电视如何防止电视辐射	(215)
台湾电视业的发展情况	(218)
香港电视台都是私营	(225)
澳门的电视业一波三折	(233)
附：世界著名的广播电视机构	(234)

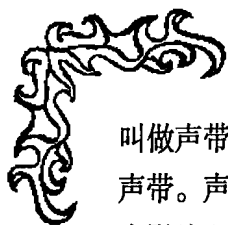


电影拷贝

拷贝一词来自于英文 COPY，原意为“复制”、“摹本”。用于电影，则指的是由底片复印出来，供放映用的正片。

电影拷贝，按其宽度的不同分为 70 毫米、35 毫米、16 毫米和 8.75 毫米拷贝。目前常见的是 35 毫米和 16 毫米两种。一般地，35 毫米、16 毫米拷贝的宽度标准分别为 35 ± 0.07 毫米、 16 ± 0.05 毫米，厚度均为 0.15 ± 0.02 毫米。

拷贝习惯上就称为影片。一段影片，通常是由画幅、画幅分格线、声带、齿孔四部分组成的。拷贝上印有影像的一格格长方框就叫画幅，又称画面。相邻两画幅之间暗黑的间隔线，叫做画幅分格线。影片边缘部分按一定间隔排列着的方孔就是齿孔，放映时，齿孔套在放映机的齿轮上，齿轮转动，拨动影片运行。70、35 毫米影片的两边均有齿孔，16、8.75 毫米影片只有单排齿孔位于影片的一边。在画幅与齿孔之间印有音迹的部分



叫做声带。目前，普通的 35、16 毫米影片大部分为光学声带。声带上的音迹一般应超前其相对应的画幅。35 毫米影片上的音迹超前画幅 19 格，16 毫米影片上则超前 26 格。

拷贝是按“本”来发行的，一部 35 毫米故事片，一般有 10 本左右，16 毫米影片则 3~4 本。一本 35 毫米拷贝长约 300 米。知道了拷贝的长度，可换算出影片的放映时间。35 毫米拷贝放映时间换算公式如下：

$$t = \frac{52.6 \times L}{n}$$

L——拷贝长度（米）

n——放映频率（24 格/秒）

t——放映时间（秒）

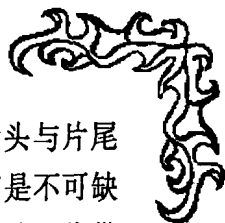
52.6——常数，代表每米影片画幅数

将 $n = 24$ 格/秒代入上式，则放映时间可直接由公式

$$t = 2.2 \times L \text{ (秒)}$$

来计算。

每本电影拷贝，均由片头、正片、片尾所组成。片头则又由护片、片头识别和同步三段组成。片头部分应标有片名、该本的本数、装片标志、放映标志等内容。片尾一般包括过渡段、片尾识别段和护片段。一本影片



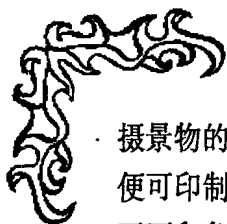
的片头和片尾，很像一本书的封面和封底。片头与片尾虽说没有与影片内容相关的画面和声音，但却是不可缺少的，否则会给影片带来损伤，同时也会给放映工作带来极大的不便。

拷贝与印制

印制拷贝是完成一部电影的最后阶段。从底片、正片、工作样片到校正拷贝、标准拷贝再到翻正片、翻底片直至发行拷贝。不难看出，拷贝的印制是一个繁琐、复杂的过程。

印制拷贝的第一步，就是冲洗从摄制组送来的底片。在洗片机中，胶片先进入装有显影液的药槽中显影，再到水洗槽中水洗。如果是彩色胶片，水洗后再用漂液把显影后已经还原成的金属银漂白，变成铁氰化银，随之再进入清水中水洗。然后就要进入定影液中定影了，定影之后再进行最后一次水洗，最后进入烘箱中烘干。

经过洗片机冲洗出来的彩色底片，所显色彩是与被



· 摄景物的实际色彩互为补色的。用这一底片通过印片机便可印制出画面正片。在印片机中，画面底片与正片在画面印象处相遇，这时画面底片紧紧压在正片上，曝光后画底上的影像印在正片上。上述印片方法叫做接触印片。还有一种光学印片法，是通过印片镜头将画底影像投射到正片上。由于印片镜头投射到正片上的是倒像，所以这种印片机，要使正片和底片的运行方向相反。正片再经洗片机冲洗就成为工作样片了。

将一部影片的画面样片、声带样片结合成双片，送有关人员审定，通过后就要开始套底、配光、试印工作拷贝了。套底即套接画面底片，是在工作样片剪辑好了之后，把每个镜头的底片也按照工作样片剪接起来。由于各个镜头是在不同条件下拍摄的，影调很难统一，因此在印制拷贝时，要通过调节灯光的强弱，用不同的光号（表示光亮从小到大的1~20的号码）照射不同密度的画底，这一过程就叫做配光。通过配光达到使正片上各镜头间密度统一、格调一致的目的。彩色片配光时，除协调影调之外，还要协调颜色。

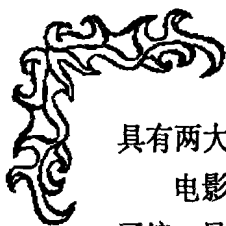
经过上述过程后，冲洗正片得到的第一个电影拷贝叫做校正拷贝。校正拷贝再经过修改、完善，洗印出来的就是标准拷贝。



标准拷贝出来之后，便可大量印制发行拷贝了。黑白影片的发行拷贝印制，一般是先用印制校正拷贝、标准拷贝的方法，印制一条翻正片，再用翻正片印若干个翻底片，最后用翻底片大量印制供放映用的发行拷贝。彩色影片如果翻来翻去，很容易造成色彩走样。为了减少翻印次数，人们制成了一种彩色反转片。用它可以不必翻印正片就可以得到翻底片，它是从彩色原底直接印出彩色翻底片的。采用彩色反转片翻底，彩色电影拷贝的后期印制过程就简化成了彩色原底到彩色反转片翻底到彩色影片拷贝。不仅减少了工序、降低了成本，而且提高了拷贝的色彩质量。

我国电影市场的现状

根据经济学原理，所谓市场是实现现时交换与潜在交换关系的总和。它包含四个含义：一、市场是商品和劳务的交换场所；二、市场是一种经济关系；三、市场是由人群、购买力、购买意向及有关专业分工的企业数量等要素组成的；四、现代市场具有世界性。现代市场



具有两大功能，一是交换的功能；二是反馈的功能。

电影作为一种商品，具有价值和使用价值。它花费了编、导、演、洗印等工人的劳动，这些抽象劳动形成价值。电影作为商品，并通过发行放映领域来实现它的价值和使用价值，这充分证明了电影市场的存在是客观的。

目前，电影市场面临着许多的困难。首先是文化娱乐形式增多，电影市场紧缩。电影作为一种现代化的综合艺术，有很强的竞争能力，在一段时期内，甚至统治了大多数人的业余时间，垄断了文化市场。但是，由于近些年来随着商品经济的发展，各种文化娱乐形式愈加丰富多彩，在现代大文化市场中，除了电影和传统的文艺节目外，还有电视、录像、激光视盘、舞会、音乐会及各种体育活动项目等，这使人们的业余生活呈现出多元化的趋势，使电影市场受到了极大的冲击，从而结束了电影一统天下的局面。据统计资料表明：电影观众最多时可达每年 280 亿人次，1988 年为 188 亿人次，比 1987 年减少 20 亿。1989 年为 168 亿人次，比 1988 年又减少 20 亿。其中农村观众下降最为严重，1988 年减少的 20 亿观众人次中，农村就占了 16 亿，1989 年下降的观众人次中，农村占到 17 亿。



由于电影观众大量减少，市场萎缩，电影发行放映企业在经营观念和经营方式上发生了巨大的变化。首先是电影的总体功能由单一教育性转向娱乐性。观众的娱乐要求得到社会和发行放映企业的应有尊重，这对电影发行放映企业来说，无疑是一个新的动力，同时也是一个压力。在订购拷贝时，发行部门更多地考虑到观众娱乐方面的要求。电影制片厂为了生存、赢利、发展，也把主要精力放在生产娱乐片方面来。其次，电影发行放映企业更加重视市场机制的作用，注重电影观众研究，注重电影式样结构、电影题材结构、新形式电影开发、电影题材挖掘、影片竞争策略等的研究，注重电影销售渠道和电影广告宣传的研究。研究这些问题的核心，是对电影观众需求的研究。因为电影市场是以观众为核心的。电影选材策略、价格策略、销售策略、广告、宣传策略都应围绕如何满足观众的需求，如何增加观众这一中心任务来进行。



电影发行

影片只要经电影制片厂拍摄完成，必须要经过电影公司发行，才能由电影院放映与广大观众见面。通常我们讲的电影发行一般就是指电影拷贝的供应。

电影发行工作，是整个电影事业的重要环节。电影事业能否得到发展，影片使用率的高低和拷贝创值的多少，完全取决于发行的好坏，影片发行工作贯穿于整个电影流通的始终，没有发行就构不成制片厂家与放映单位之间的影片流动。影片发行是沟通电影制片厂和电影放映单位乃至广大观众的一座桥梁。

电影拷贝，只要是拍摄完毕，通过审查洗印出厂后，其内容和艺术质量已固定下来。要利用好每一部影片，发挥其优势，实现其价值，与广大观众见面，就必须通过发行这一中间环节。电影发行的职责就是完成制片厂产品的销售，补偿制片单位的经济收入，保证制片厂的再生产，同时在发行过程中获得一定收入补偿自己的耗费，保证自身的巩固和发展。



电影发行的内容一般包括三个方面：一是拷贝的供应、分配；二是拷贝的调度；三是拷贝的排映。拷贝的供应、分配、调度是发行部门上下级之间进行的。拷贝的排映是指电影公司以限定的时间为自己工作范围内的放映单位，安排一定数量的节目和一定数量的拷贝，以满足电影放映单位的使用。

电影发行的方式一般来说有两种方式：一是多渠道发行。目前，世界上许多资本主义国家的电影发行经营是多形式的，有国营、私营、个体等。大部分的制片公司、私营制片厂都有经营影片的发行业务的机构。私人也可以向制片厂家或公司购买拷贝进行“租赁”业务。还有许多的从事其他行业的巨头、大公司或集团，为了娱乐、进行广告宣传或职工培训，也设立有自己的影片发行子公司。因而，一个国家中可以有许许多多各自经营、互相竞争的电影发行机构，所以称之为多渠道发行或“多头发行”。二是统一发行的方式。我国自解放以来，实行的统一发行的方式，即全国只有一个国营的电影发行放映业务机构——中国电影发行放映公司。具体地说，中影公司是由全国几千家电影发行公司组成的总公司。我国发行的影片，由中影公司统一供应到各省、市、自治区和计划单列市，再由他们向下依次供应分