

● 广播电视专业实训系列教材

电视摄像 创作

DIANSHI
SHEXIANG
CHUANGZUO

孙振虎 著

广播电视专业实训系列教材

电视摄像创作

Dianshi Shexiang Chuangzuo

孙振虎 著



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容简介

本书旨在培养学生的影像认知能力和摄像创作技能。书中内容从影像认知入手,逐渐展开为电视摄像创作的画面元素构成、构图形式法则与创作角度、固定镜头和运动镜头,以及影像的叙事和表意几个部分;通过具体生动的案例分析创作中的影像逻辑和影像思维,对于刚刚从事摄像创作的DV爱好者和业余摄像师也同样具有指导意义。本书提及的“电视”,并非传统的电视台工作或者电视机播放的电视节目的狭义范畴,而是泛指所有能够进行远距离视讯传输的媒介载体,因此对于新媒体传播,比如网络视频、手机视频、移动电视、户外大屏的视频创作也具有参考价值。

本书可作为高校广播电视学、广播电视编导、摄影等专业的本科教材,也可作为相关从业人员和研究者的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

电视摄像创作 / 孙振虎著. --北京:高等教育出版社,2013.5

ISBN 978-7-04-037012-6

I. ①电… II. ①孙… III. ①电视摄影-摄影艺术-高等学校-教材 IV. ①J931

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 031220 号

策划编辑 赵榛简 责任编辑 赵榛简 封面设计 赵阳 版式设计 王莹
责任校对 刘丽娴 责任印制 田甜

出版发行	高等教育出版社	咨询电话	400-810-0598
社 址	北京市西城区德外大街4号	网 址	http://www.hep.edu.cn
邮政编码	100120		http://www.hep.com.cn
印 刷	北京嘉实印刷有限公司	网上订购	http://www.landrace.com
开 本	787mm×960mm 1/16		http://www.landrace.com.cn
印 张	16.25	版 次	2013年5月第1版
字 数	300千字	印 次	2013年5月第1次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	24.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物 料 号 37012-00



编写说明

随着我国广播电视事业的繁荣,大众传媒对人才的需求也日益迫切,高质量的广播电视人才更是处于紧缺状态,为了满足这一需求,高校及相关新闻院校不断加强本科人才培养的力度,力求学生能够一专多能,既具有理论的学养,又具有务实操作的能力。为此,我们精心策划了这套“广播电视专业实训系列教材”。

在作者队伍上,我们特别邀请了中国传媒大学电视与新闻学院经验丰富的专家学者参与编写。他们不但是教学一线的优秀教师,有着深厚的理论教学功底,而且也是指导业界实践的资深专家,积累了丰富而宝贵的实践案例。

本套教材结合业界发展的最新需要,从理论和实践两个层面剖析广播电视的实务研究,强调前瞻性和实用性。其编写的目的和意义主要在于:第一,让学生深入了解广播电视媒体的特点及其多种传播形式;第二,从理论和实践两方面培养学生的专业素养,全面满足学生的学习需求;第三,引导学生关注社会生活,关心身边的人和事,善于沟通交流,使个性得到健康全面的发展。

本套教材在坚实的理论知识基础上,通过丰富的实践案例,呈现出不同于其他同类教材的鲜明特色:

一、定位准确。本套教材紧密结合广播电视学科的教学实际,选择广播电视学中最基本最重要的概念作为基础知识,在梳理学科传统的知识体系的同时,引导学生的发散性思维和创造性思维。这样一方面能够帮助学生迅速掌握广播电视学的内涵及广播电视的行业特征,另一方面也有助于学生在进一步的学习中培养探索精神和创新精神。

二、实践性强。广播电视专业是一门实践性很强的学科,因此鲜活的案例和大量的实训练习是本套教材的重点。要解决学生学习知识从抽象到具象的转变,最有效的途径就是加强学生动手操作或亲身实践的环节,让学生通过阅读案



例和动手训练,积累一定的感性认识,然后再通过教师引导,形成理性认识。因此,本套教材并不是简单传授某种技能,而是通过强化实践教学环节,启发学生在实践中独立自主地将知识转化为应用、拓展的能力,提高自身分析问题和解决问题的能力。

三、案例切合实际。本套教材所选案例既有鲜明的时代特点,又符合教师教学的需要,同时兼顾学生的接受水平和认知能力。为了便于学习理解和课堂讲授,教材中的许多案例将知识点融化其中,又避免只限于单个作品的评析和讨论,而是注重其延展性,与其他作品相联结,或引发学生对广播电视形式的思考,或联系对作品的欣赏评析,或引导实践训练。总之,力图扩展学生的思路,实现从感性到理性的跨越。

四、形式新颖。本套教材在编写体例上也进行了一定的研究和创新。每本书中的每个章节都有关键词、知识点、案例分析、实训练习等板块,将理论知识条理化、细致化,便于在教学中启迪学生思维,激发学生的学习兴趣。

本套教材既适合高等院校广播电视专业选用,也适合相关从业人员作为参考读物。由于时间仓促,水平有限,教材内容难免有疏漏之处,敬请广大读者提出宝贵意见和建议,以便我们进一步修改完善。

高等教育出版社文科分社
2013年1月



目 录

- **第一章 认识影像** 1
 - 第一节 Video:影像的可视性 1
 - 第二节 Image:影像的符号性 6
 - 第三节 Movie:影像的动态性 10
 - 第四节 电视摄像的任务和要求 14
 - 第五节 电视摄像的学习模式和方法 15

- **第二章 电视摄像的构成要素** 18
 - 第一节 电视摄像的画面构成 18
 - 第二节 电视摄像的声音构成 50

- **第三章 电视摄像的角度选择** 61
 - 第一节 距离变化和画面信息传递 62
 - 第二节 方向变化和画面造型表现 77
 - 第三节 高度变化和画面情感表达 89
 - 第四节 角度的基本功能和技巧 96

- **第四章 固定画面** 102
 - 第一节 固定画面的概念和特点 103
 - 第二节 固定画面的功能和优势 106
 - 第三节 固定画面的不足 114
 - 第四节 固定画面的拍摄要求 117

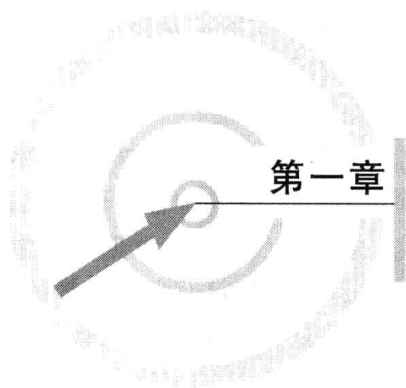
- **第五章 运动摄像** 124
 - 第一节 运动画面概述 125
 - 第二节 推摄 130
 - 第三节 拉摄 139
 - 第四节 摇摄 147
 - 第五节 移摄 158
 - 第六节 综合运动拍摄 173

- **第六章 电视场面调度** 179
 - 第一节 电视场面调度概说 179
 - 第二节 分切镜头的场面调度 189
 - 第三节 长镜头的场面调度 204

- **第七章 影像的叙事和表意** 214
 - 第一节 什么是影像叙事和影像表意 214
 - 第二节 影像叙事和结构语法 218
 - 第三节 影像表意和修辞法 227
 - 第四节 电视纪实节目影像叙事的基本类型 239

-

- **后记** 251



第一章 认识影像

电视摄像的创作首先要从认识影像入手。影像作为独立的语言符号,具有不同于口头语言和文字语言的特点。本章首先概括影像的三个基本特征:可视性、动态性和符号性,以此建立起属于影像独立的传播观念,并使影像创作者了解电视摄像创作的要求和特点;其次是让创作者了解并掌握这一创作活动的要求;第三,认识影像还要了解影像学习的一般流程,本章以文字语言的学习为比照,系统阐述影像学习的一般规律。

电视摄像创作的基础是对影像的认识,影像既是我们创作的对象,也是我们表述的信息载体。如何看待这一崭新的信息载体?让我们从以下几个英文词汇中寻找答案:Video、Image、Movie。它们都是影像的意思,但是词义不同,分别代表可视性、符号性和动态性。这三个原则是我们认识影像特质的关键。

电视是摄像创作的传播终端,也是影像创作之于摄像的固定性。在我们这样一个媒介融合的时代,如何认识电视十分重要。在本章中,我们关心的电视并不是电视机,而是电视最初被认定的词汇 Television(直译为远距离的视讯传输),由此,我们需要了解电视传播的基本要求,并明确“远距离的视讯传输”究竟在当下意味着什么。

第一节 Video:影像的可视性

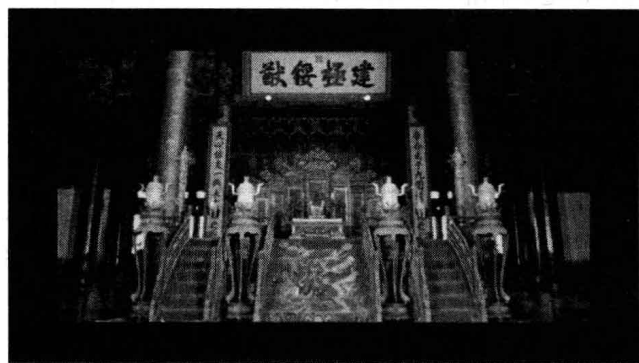
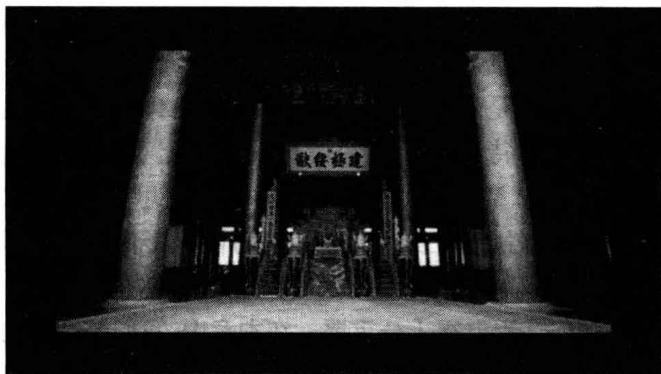
影像这个词在中文的解释中比较模糊。《现代汉语词典》对它的解释为:“物体通过光学装置、电子装置等呈现出来的形状。”^①这样的解释显然只是对其

^① 《现代汉语词典》(第6版),商务印书馆2012年版,第1563页。

成像原理的技术性解释,而作为电视摄像工作者,我们需要了解的是影像在创作上与其他信息传播载体的区别。那么如何认识影像呢?我们可以借助英文中几个与其有着密切联系的单词来了解影像的基本特质。

Video 就是视频,它与 Audio(音频)共同构成了影像的整体。在数码影像格式中有一个 AVI(Audio Video Interleaved)格式,就是强调影像的这种整体构成。但是,通常我们更为强调 Video 在影像中的地位。这一方面是因为早期的影像形式,无论是摄影(Photography)还是电影(Film),都是只有视频而没有音频的,另一方面则是对视频中可视性的强调。Video 的来源就是 Vision(视觉),也就是强调可视性的原则。作为电视摄像创作者,首先要从已经熟稔的文字传播的习惯中跳出来,树立信息传输强调可视性的观念。

例如 2006 年完成的大型纪录片《故宫》,对总片头就进行了比较恢弘的设计(图 1-1)。片子的开头是从威严的故宫太和殿的宝座上逐渐拉开,影像的效果类似老电影胶片。然后当镜头拉出太和殿之外时,我们发现一个热热闹闹的旅行团正在导游的引导下参观,游客们有的听讲解,有的拍照,还有的在环顾四周。镜头进一步拉开后,游客们消失,画面中逐渐展开的是故宫的全貌。这个部分是用三维动画制作出来的,金碧辉煌,很有气势。很快,这个色彩绚烂的画面变调为暗黄色,就像一幅明清古画一样,最后在这个暗黄色的故宫整体图上出现了片名——《故宫》。



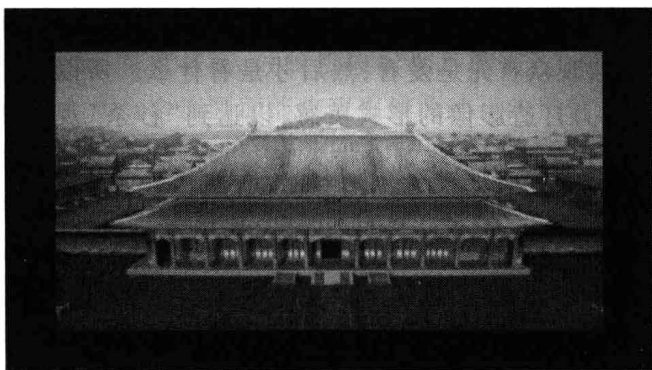
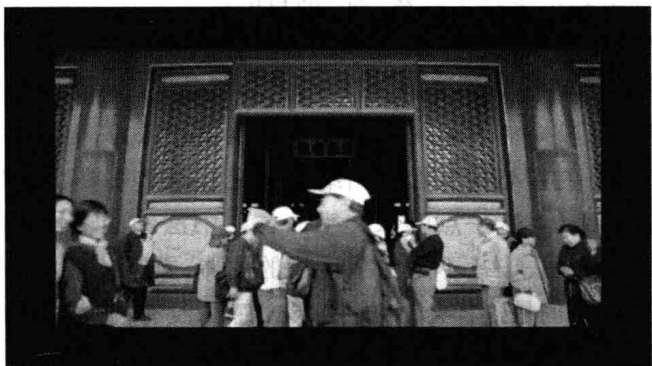


图 1-1

这样一个片头没有一句解说词,也没有任何字幕提示,完全是由影像构成的表意系统,但是非常清晰地给我们展示了作为帝都标志的故宫那历久弥新的磅礴气势。通过今昔的对比,影像在历史的穿梭中带给观众鲜活的视觉印象。为了谋求这样的效果,最初的太和殿内景象选择了做旧的老电影胶片效果,而太和殿外的游客则是光鲜的高清影像效果,这是一个对比;金碧辉煌的三维动画效果展示了故宫这一古建筑群的气势,然而随后泛黄调子的明清古画效果则让观众产生了沉甸甸的历史感,这又是一个对比。这两组影像的对比让历史与现实形成呼应,从而达到了很好的视觉传播效果。虽然不着一字,但是对于影像可视性的追求让这个段落真正实现了观众“看”的目的。

通过这个段落,我们也可以发现,对于影像的可视性表达,观众浅层次的需求是能够“看到”,希望欣赏到影像的“奇观”。但是,如果仅仅是视觉效果的简单铺张,虽然能够在较短的时间内获得观众的视觉注意力,但这种吸引力往往比较短暂,因此如何将内容与视觉形式相结合就变得非常重要。影像,归根到底也是一种信息传播的载体,这一点就像文字一样。书法家固然能够给观众带来美的享受和遐想,但是书法毕竟不是文字传播的主体,文字传播的真正动因还是内容的有效传递。影像也是这样,如果只有形式感而没有内容,那么这个载体就不能够真正产生传播效果。

我们同样要注意到,影像对于形式的需求要远远大于其他的信息传播载体。对于影像的可视性,观众首先是爱看,然后才是看什么。所以,很多影像工作者会花很大的精力着力打造影像的形式美感,以达到“秒杀”观众的目的。但是,过分追求影像的形式美感则会将观众带入“影像奇观”的简单刺激中,反而不利于内容的传达。

比如电影《阿凡达》《2012》《变形金刚》到《洛杉矶之战》《惊天战神》《复仇者联盟》等,无不在影像的轰动效果上做足了文章。但是,我们也发现这些高成本的电影在创造票房奇迹的同时,并不能够给观众带来深刻思考,只是非常纯粹的商业电影。相比较而言,同样创造了票房神话的《失恋33天》《那些年,我们一起追的女孩》却能够在简单的影像形式背后,带给观众更多的思想内涵。这恰恰就是影像的形式与内容之争。从某种意义上来说,影像的形式是内容的先导,内容是形式的实质,这两者缺一不可。因此,形式与内容并重是影像传播给我们提出的一个非常重要的课题,需要我们认真对待。

具体到电视创作的影像可视性,我们还需要关注一个重要的事实,就是屏性媒介的画面特性。所谓屏性媒介,就是指所有依赖于屏幕展示的视觉传播介质。电视媒介应该是电子屏性媒介的先驱,现在极具发展力的屏性媒介基本上都是基于电子屏幕展示的,而不是像较早的电影依靠反射性银幕来展示。屏性媒介的电子产品包括电视、电脑、Ipad、手机、户外大屏等。使用电子屏幕的特点,使

得屏性媒介先天具有一些与其他视觉媒体不同的可视性原则。

首先,屏性媒介的画面是通过不同强度的电子束撞击屏幕上的发光体产生出不同亮度、不同色彩的光点直接作用于人眼的,在色彩表现上亮度偏高。在特定光线条件下,现实中一些色彩并不很明亮的物体,通过电视屏幕显示可以显得较为鲜亮,特别是色光三原色——红、绿、蓝更加明显。这同时导致电视画面在表现色调层次丰富的景物时,不能充分表现出细微的色彩变化,色调中间层次减少,造成色彩表现上一定程度的失真。

正常人眼可以辨别出的同一色相的光度变化有 600 种之多。电影银幕能将同一色相的光度变化表现出 100 多个层次,而在电视屏幕上同一色相的光度变化仅有 30 多个层次。屏幕显示的局限性,使电视画面在还原景物色彩层次上更加困难,特别是景物周围光线亮度过高或过低时,色彩失真现象更加严重。这也就是我们为什么会觉得电影的画面更加细腻通透,而电视画面则显得层次不够的原因,这也就促使我们在创作中必须严格控制画面的影调和宽容度,避免画面因为亮度和色度反差过大带来的失真。

其次,屏性媒介在接通电源后无节目信号时有个基本亮度,这由电路本身的杂波信号影响所致。当画面表现的是夜景效果时,画面上大面积亮度较低,甚至低于无节目信号时的基本亮度。由于杂波信号的影响,使画面中本来应该暗的部分暗不下来,应该表现为黑色的夜幕,在画面中呈现的是黑灰色。而在这方面,电影拷贝上黑的部分密度极高,放映机投射光不能通过,在银幕上该部分就没有反光,形成黑色。所以电影画面能表现出较为纯正的黑色画面效果,夜景表现比电视更加逼真,并且在技术上容易处理。

电视画面无纯黑部分的局限,要求我们在表现暗色调和黑色调时,应调动明暗对比的方法,用明来衬暗。这也意味着在表现夜景效果时,为了追求逼真的画面效果,与其说要加深暗的画面部分,不如说要增强画面中亮的部分。

最后,电视画面上极明亮景物和极暗景物交界处,景物亮度间距悬殊的交界处,由于强光向弱光处漫射,会出现一种强光漫射现象,使电视画面很难表现极明亮物体,特别是发光物体的轮廓线。比如,在室内自然光条件下拍摄室内窗口周围的景物,由于窗户外阳光照射亮度大,窗户内无光线直接照射亮度较低,形成较大的亮度间距,在窗框周围就会出现明显的光漫射现象,使窗框线条不清晰,在夜间拍摄路灯及其他发光体时,这种现象更为明显。有的时候,这样的效果能够产生特定的悬念意义或者表意功能,但是大多数情况下,仍需要在拍摄的时候进行必要的补光或者采用中灰滤色片,以降低明暗反差,避免这种强光漫射的出现。

第二节 Image:影像的符号性

Image 在学术上是“影像”这个词汇的标准英语解释,可见影像的本体和 image 的词义有着本质的联系。实际上, image 本身是一个词根,由这个词根演绎出来的英文单词有: imagine、imaginative、imaginable、imagination、imagic,这些单词无一不和“联想”“想象”有着直接的联系。我们可以这样大胆推测,影像的根本并不仅在于其可视性的体现,还在于由图像的本体所能够产生的联想或者想象,这也就是我们所强调的“image”的价值所在。从某种意义上来说,这也就是影像能够称为一种“符号”的原因。一些学者认为影像的具象化、形象化的特征会影响到它由能指向所指的延展,因此拒绝承认影像成为语言符号的可能性。而实际上,影像符号的建立并不是去本体化的过程,而在很大程度上是借助本体的意义而产生的联想,它首先要基于本体的具象化特征,同时又要产生所指的抽象性意义。也就是说,作为一个真正能够驾驭影像的创作者,不能沉迷于影像的表象特征和内容陈述,而是要让这一表象产生向潜台词递进的意义,也就是我们常说的影像的符号意义和符号价值。

比如中央电视台《新闻调查》栏目曾经播出过一期讲述体校里的孩子们训练生活的调查性报道《体校里的青春》。在这期节目中,记者通过细致入微、层层深入的调查采访,获得了体校中小跳水运动员们生存状况的第一手资料。这其中最让人揪心的事实就是,虽然我们国家是跳水运动的大国,每年都会涌现出高敏、郭晶晶、田亮这样的世界冠军,但是更多的小运动员却并不能够登上这种顶峰,不得不在残酷的竞争中被迫离开体校,结束自己的运动生涯,寻求其他的谋生之路。

这个话题非常沉重,又是体育运动不得不面对的一个残酷现实。如何能够通过影像让观众对这样一个相对比较抽象的概念和主题,获得一个更为具体的认知呢?节目针对这个内容进行了如下的镜头设计:一方面由一个被迫离队的体校孩子接受采访的话语作为声音线索,主要表达的意思是,常人看到的只有少数几个世界冠军、奥运冠军,而那些没有成绩的人呢?他们也付出了很多,但是他们离队之后想找个学校上学,都没有学校愿意接收,因为他们多年不学习文化知识,跟不上学习进度。这个时候,配合同期采访的画面则是体校中最为普通的训练画面:在较低的跳台上挤满了正在训练的体校孩子们,而镜头有意识地摇向最高的跳台时,高高在上的跳台却空无一人(图 1-2)。

显然,这个镜头的内容不是在表现体校的孩子们在日常的训练中,为了保障安全,都是在较低的跳台上进行训练,而较高的跳台则通常不会用于训练的实际情况。而是要借这个画面来表现大部分体校中的小运动员们都只能在最基础的



图 1-2

平台上竞争,而类似世界大赛或者奥运比赛这样高水平的竞技平台,往往鲜有人能够攀登上去,更遑论获得冠军了。

这里,影像已经开始脱离了其本体的意义(体校运动员的日常训练),产生了因为必要的语境(离队运动员对现状的不满)而引发的引申意义(跳台高低和人数的多寡,象征着高处不胜寒的残酷竞争)。这也就使得影像从能指向所指进行了过渡,影像的符号意义得到了体现。

很多创作者都醉心于这样的影像意义。因为在他们看来,赋予影像以符号意义,才能彰显创作者的价值,或者说是让影像真正成为创作者借以表达情感和主题的载体,而不再是客观存在的简单复现。但是,必须注意的是,影像的符号意义与其他符号的表达有一个共同的特征,这就是必须给具体的意义表达以具体的语境设计。失去了具体的语言环境和文化背景,符号的意义就不能被受众

接收,创作者的思想就不能够有效地传达给受众,传播就不算是真正完成。这也就是说,影像要结构符号意义的时候,不能孤立地赋予,而是要借影像具象的本体意义产生。脱离了具象的抽象,就是脱离了能指的所指,就失去了其产生联想的根本前提。甚至,由于语境的改变,一些影像的符号意义会被曲解和误读,产生错误的传播导向。

所以,从根本上来说,影像的符号性实际上就是影像作为语言存在的价值体现。人们通常习惯于将一些需要后天学习才能把握的代码体系视为符号,例如文字、数字、公式、电码、乐谱等。那么像影像这样直接从客观存在中摄取的表达形式能作为符号来认识吗?答案是肯定的。

第一,影像语言具有符号化的本质特征。

首先,符号是用来代指事物的。影像为我们提供了符合视觉精度的信息模式,影像符号的能指和所指是与人的视觉感知相一致的。影像通过光学、电磁学及数字技术,将被摄物体的声画特征从其余物质特性中分离出来,从而获得了能指和所指的精致的影像指示方式。特别有意义的是,影像符号的指示性的时空感受已经基本达到了人的立体感知水平,影像模式是一种精确的指示符号。

其次,通常我们都认为,影像中的图像元素是一种直接“复制”现实的表达方式,它必然具有不可逆转的具象化的局限,而作为符号,来源于现实而高于现实是其必要的条件。影像是否有抽象化的表达,我们要从影像的信息传播本质来研究。

影像传播是一种信息传播,虽然它能够精确地传递事物本身的特质,但是并不是对现实一味地简单描摹。影像信息也是对现实的一种提纯和改造,是人们建立在现实基础之上的主观认识。这种认识往往能够反映出高于现实的抽象意义。对此,阿恩海姆也作出了自己的解释:“一种意象,如果能代表或再现同类中所有其他个别的意象,就是一般普遍的或抽象的;如果仅考虑它自身,就是个别的。一般普遍性或抽象性并不取决于意象本身的固有性质,而是存在于该意象同它代表的东西之间的关系中,一旦它被我们看作是从一个比之更加复杂的实体或某一类实体中提取或蒸馏出来的东西,就即刻成为抽象的了。”^①

当然,这种抽象意义只是影像符号意义的一个组成部分。早在20世纪60年代,符号学理论家艾柯针对当时的“电影是一种无代码的语言”的观点,就已经提出影像不只是现实本身的具体描摹。他还具体指出了影像的十大代码分类理论,将影像的抽象意义具体归纳为:传输代码、知觉代码、识别代码、肖似代码、肖似化代码、修辞性代码、情感代码、感觉和趣味代码、风格代码、无意识代码等

^① 鲁道夫·阿恩海姆著:《视觉思维——审美直觉心理学》,四川人民出版社1998年版,第33页。

十种类型^①,充分肯定了影像的符号意义。

最后,按照索绪尔对语言本质的理解,语言的符号价值在于它能够从客观存在中摄取相关的信息,并且通过各种方式传递给接收者。信息传递的基本方式就是通过信息符号的传递来替代实物的传递。影像符号与传播技术的结合恰恰符合了这样的要求。影像符号可以通过多种渠道进行传递,如化学影像信息的机械传递,电子影像信息的微波传递和数字影像信息的数字网络传递等,都使影像符号在传播方式上有了更大的选择余地。

总之,影像作为一种语言,具有符号化的特点,并以符号化的形式进行传播。

第二,影像语言通过对影像符号的解构和重组,形成符号化的表达系统。

影像作为语言,不只是物质世界的符号,它更是一个系统,像其他语言的表达一样,通过符号元素间的逻辑组合以及编码解码过程来产生含义。这种结构上的特点主要表现在影像的蒙太奇技巧中。

概而言之,蒙太奇的剪辑能够使声音和画面在前后镜头顺序的组织中产生出新的意义。这种意义上的改变,使组接后的影像超出原本单个影像的时空表现力,展现出更加丰富的信息。作为符号系统的影像,形象化地阐释了系统论的基本观点——系统大于各部分之和。这其中最有说服力的例子,就是苏联电影理论家库里肖夫的影像试验。他将在不同的地方拍摄的影像片断,利用人们的视觉习惯重新组接,使得这些不同时空的片断构成一个整体,并且赋予这个整体以全新的意义。这就是库里肖夫所谓的“创造性地理”的概念。

事实上,库里肖夫的试验只是说明了影像具有对现实生活和现实时空进行解构和重新组织的能力。然而这种解构与重构并不是毫无目的和章法的。影像为了对现实进行描写、叙述,实现传情达意的流畅,就必须赋予元素时间序列和逻辑的链接。作为语言,影像不是刻板地“复制”现实生活本身,而是要将这种生活作出“影像化”表现。这种结构本身就是影像作为语言符号系统的特质。影像传播不只是单个符号的简单传播,而是能够通过多个符号的重组,创造出更加丰富的意义。影像蒙太奇的分解组合功能以及在此之上建立的新的信息传达方式,恰恰说明了影像具有语言的系统功能。

第三,影像语言所提供的是一种规范和中介,是人类交流的重要形式。

语言的基本功能就是交流。在索绪尔看来,一种符号系统能够进行传播,并通过传播作用于人的心理,才能被称为一种语言。越具有交流广泛性的语言,就越有生命力。在整个信息传播的过程中,语言以一种交流中介的形式存在,并具有普遍的约束力。影像作为语言,也体现出它作为信息传播中介的特点。

图片摄影作为影像传播的萌芽,虽然还不是真正意义上的影像传播,但是已

^① 王志敏主编:《电影学:基本理论与宏观叙述》,中国电影出版社2002年版,第327~328页。

经构成了人际交流的平台。无论是甚嚣尘上的“名片肖像热”，还是作为时尚用品的“立体照片”，其基本的功能都是人与人之间交往的中介。它能够让人足不出户就能欣赏各国的艺术珍品，不用跋山涉水就能领略异域风光，让许多达官显贵或者社会名流近在咫尺，供人品评……这之后的电影和电视传播更加张扬了这种人际交流形式，进一步拉近了人与人之间的时空距离。重大新闻事件的现场直击、足球赛事的球迷狂热、千禧年的全球狂欢，都在展现着影像作为信息传播中介所起到的重要作用。

同时，现代影像技术的发展也让我们从另一个层面看到了影像作为信息传播中介的本质。影像技术的进步改变着影像表述世界的方式，从开始只能简单地“复制”现实，到对现实进行创造性的重构，再到现在能够创造现实甚至反作用于现实，影像表述世界的方式在改变，影像能够表述的概念领域在扩大。正如索绪尔对语言的特性所下的结论：“语言是形式而不是实质。”^①同样的信息传播，不同的语言改变的只是信息的表达和传播形式，影像以及影像技术的发展，正在逐渐完善着一种新的对客观事物以及人类情感的表述方式。这一表述方式从人眼中的影像中解脱出来，带给受众一种全新的认识世界的方式，也是一条受众相互间沟通的新渠道。这种表述方式获得了人们的普遍认同，具有契约式的约束力，因此是一种全球共享并被普遍信赖的信息交流渠道。这种发展趋势代表着人们对影像发展的期待。人性化的传播趋势，使得影像语言在影像自身的信息传达上越来越谋求世界大同，而且在其信息传达的方式上，越来越接近人类渴望交流的极致。影像语言在一定程度上具备了以往一切语言形式的特点，同时又创造出其自身的个性特点。

第三节 Movie: 影像的动态性

Movie 是我们对于影像的另外一个称呼，与之有着根本区别的词是 Photo 和 Picture。前者指的是具有动态性的影像呈现，其词根是 Move（运动），而后者则是指被凝固的画面瞬间，也就是我们说的照片或者绘画。认识影像的动态性，首先就要理解电视影像的根本特征之一在于它是经历时间的影像呈现，这也就涉及我们经常提到的“镜头”这个概念。作为影像创作的基本单位，从技术角度上来看，所谓镜头，就是摄像机或者其他影像记录设备从开机到关机的录制过程。由此可见，由多个镜头构成的影像传播，就是建立在时间过程记录基础上的传播模式。无论是照片还是绘画都不能够展现时间的进程感，都只是凝固在某一时间点上的空间展示。而 Movie 的动态性，首先观照的就是影像的时间特性，这也

^① 费·德·索绪尔著：《普通语言学教程》（中译本），商务印书馆 1980 年版，第 169 页。