



位置: 首页 >> 《场景的力量》

专题报道

学术前沿

行业资讯

相关文章

- 舞美当家：艺术新趋势
- 敬畏舞台
- 戏曲视觉审美的再发展
- 构建地方戏曲发展平台...
- 中国现代舞台美术的民...
- 《骆驼祥子》灯光设计...
- 关于对舞台灯光设计中...
- 潮剧舞台美术概述
- 湘剧的舞台美术
- 舞台灯光与舞台布景的...
- 绿叶扶红花
- 亮度小议
- 临摹与想象是化妆造型...
- 光的旋律
- 能者无疆
- 填补学术空白重构戏曲...
- 传统神韵与现代审美的...
- 创新求索追求卓越
- 舞台上的风景线
- 一目了然和视而不见
- 奥林匹克新视界
- 翱翔舞台上的蓝天
- 粤剧舞美的走向
- 中国现代舞台美术的民...
- 浅谈灯光色彩在滑稽戏...
- 关于对舞台灯光设计中...
- 舞台是自由的
- 童心，还是童心
- 构建地方戏曲发展平台...
- 传统神韵与现代审美的...

场景的力量

来源：中央电视台 日期：2007-11-15 15:19:11

电视场景是电视美术重要的组成部分。电视美术作为造型设计专业，为时不长尚属年轻。与当今整个文化艺术界及设计领域热衷于理论研究的风气不同，电视美术似乎把满腔热情都投入到轰轰烈烈的实践中去了。就目前理论研究的情况而言，我个人认为，尚未建立起公认的体系。从本专业的称谓、术语上来看，绝大多数是沿用或借用于传统的舞台美术、成熟的电影美术以及造型艺术中的称谓术语。

由于电视美术中的称谓源于两个体系，于是在实际的工作中，两个等位的称谓往往会并列使用，如：电视美术中的场景，在舞台美术称布景，在电影美术中称场景，为一致起见，在本文中就称为场景设计。

电视是视听综合体。从视觉的角度而言，不论什么内容、什么表现方式，最终是通过图象来体现的，都是以形状、色彩呈现在荧光屏上的。

就最广泛的意义而言。一切在荧光屏上所显示的形象及其相关的因素，都可归入广义的造型范畴之下，也就是说都应属于电视美术讨论的范围。那么电视场景作为电视美术的重要组成部分，它的职能范围亦是普遍而宽泛的。然而电视的功效、作用、目的、意义是各不相同的，表现形态又是迥然各异的。体现在图象上的场景的设计，它的境况是非常复杂的，广义上的电视场景在不同类型不同片种中，它的效用、所处的位置差异甚大，有些是显性的、有些是隐性的，有即时的(现场发挥)也有设计的。

本文所谈及的电视场景的范围，只就自己的工作范围，仅限于在演播室或剧场内录制的各类电视节目。并且是指从构思设计至制作搭装，从意象至物化的完整过程。

视觉与造型

俗话说“眼见为实”，看见了才是可信的。并且总是希望“先睹为快”。电视之所以如此成功，是由于它能及时地使人看见，无疑是极为重要的。

电视作为视听综合体，首先是满足于视觉的。其它因素的拓展终究是以图象为核心的。并且“电视画面(图象)是组成电视节目的基本单位。”(《中国应用电视学》第411页)

如果说人们对于世界的认识是缘自感官的话，那么，视觉就是最为重要的途径。早在文艺复兴时期，达·芬奇就在他的手稿中赞美我们人类眼睛的神奇，“被称为灵魂之窗的眼睛，乃是心灵的要道，凡灵依靠它才得以最为广泛最宏伟地考察大自然的无穷作品。耳朵则居次位，它依靠收听肉眼目击的事物才获得自己的身价”。(《达·芬奇论绘画》广西师范大学出版社第9页)

电影理论家查希里扬在论述视觉形象时写道：“视觉对于人类具有重大意义，人的脑子接受来自眼睛的信息，平均大约三十倍于另一最重要器官——耳朵。我们主要是靠视觉来感知周围世界的空间关系的，而感知运动，视觉并不亚于听觉。”(查希里扬：《银幕的造型世界》电影出版社第7页)我们总是说：“看电视”，“看电影”，不论是电视还是电影。我们看到的往往比听到的要多。

由于本文已限定了论及的范围，此间图象所显现的形象(人像、物象等)，除了人物自身以及肢体动作

和表情之外，基本上是由电视美术——场景、光效、化妆、服装、道具、特效等这些实在的三维手段，以及虚拟演播室、字幕、动画、片头片尾等虚拟的三维、二维手段，它们所创造和提供的。由此看来，我们有理由这样认为：电视美术是电视图像造型最为直接的提供者，是节目视觉形式和录制空间最为重要的组织者和创造者。

当我们谈论某座城市的景观；当我们赞叹黄山的秀美景色；当我们欣赏莫奈的风景画时……这些景观、景色、风景以及景致、景象、景物等概念，都是对视觉方式而言的。那么场景呢？当然也是诉诸于我们的视觉。从人的视觉感知方式而言，电视美术与绘画、雕塑、建筑以及舞台美术、电影美术等在这个层面上都是一致的、互通的。从它们的思维方式、创作方法，运用的材料和表现手段上看，都可归属于造型的大范畴之内。当然作为一种艺术形式的造型艺术，即绘画、雕塑、建筑与作为艺术造型设计的电视美术之间存在着诸多的差异和区别。然而，就一些最基本最普遍的方面而言，仍然有着亲密而自然的联系。以造型艺术的原理、准则和方法来进行电视美术的场景设计，不仅是可以的，还应是必须的。

此外，从实践的经历来看，新兴的、年轻的电视美术也无法凭空创造出一套切实有效的方法，它的发展与进步，总是建立在对传统和历史的继承延续的基础之上的。

什么是电视场景

电视场景是电视美术的重要组成部分，是构成电视图像造型的基础之一。是组成电视节目不可或缺的表现手段，是节目内容得以进行和展开的基本条件，是承载人物活动的物质基础或可视空间。（以虚拟技术体现的，则不在本文论及的范围之内）

在电视节目的创作中，场景设计是录制空间——演播室中的造型艺术。

场景在电视美术中属于景物的造型（还有灯光、道具等，因另有文章专论，此文不再涉及）。场景设计，往往也被称为美术设计。它在电视美术中时常是居于主导地位的，往往具有把握整体视觉形式及风格的作用。

场景设计不应该简单地理解为放置一些悦目的景片或是背景和平台的组合，它所体现的不仅仅是审美价值，还完成诸多功能上的需求。如：它是电视节目中人物动作的载体，也是灯光等体现手段的媒介物。在电视节目制作中所形成的这些关于场景的观念，不是谁主谁次的排位，而是源于造型艺术统一和谐原则的需要。从中我们还可以看到来自舞台美术的传统和影响。

法国的舞台美术理论家德尼·巴勃莱在《20世纪舞台设计之革新》一书中讲到：“早在1850年，瓦格纳就提出了‘整体艺术作品’的设想——一种拥有音乐、诗歌、表演、建筑以及‘风景画’的艺术综合，这最后一种‘风景画’是为要给予戏剧一点造型意味。一个关键性的观点是从德国的浪漫主义得出的，它的意思是要把所有组成布景的各种因素统一起来，要求他们完全和谐一致。”（吴光耀译：《西方演剧艺术》上海文化出版社第535页）这种关于艺术统一的重要观点，至今仍是进行艺术创作的原则。电视场景在电视美术中所处的位置和作用，可以看成是其思想的延伸和具体体现。“布景并不限于起背景的作用，不管布景因素的极端精简，它仍然提供了一个综合的图象。”（吴光耀译：《西方演剧艺术》上海文化出版社第603页）在我国舞台美术界也具有这种观念，“把舞台设计理解为舞台美术的总体设计，普遍则把布景设计称为舞台设计。‘布景’一词有狭义与广义之分，狭义的布景只限于景片、幕布和平台等搭配成的景物的实体。按照狭义的理解进行布景设计是行不通的。”（《美术辞林·舞台美术卷》山西人民美术出版社第23页）

在电视节目的创作和制作中，场景与其它电视美术造型手段：光效、化妆、道具、特效（以及虚拟的片头和片尾、三维和二维动画、字幕）等，互为作用影响，相辅相成，共同完成节目所赋予的任务，创造内容所需的内在的和外部的视觉传达。因此在我看来，孤立地探讨场景设计也是不可能的。即便是在专业分工较为精细的今天，整体的设计观念仍然是具有不容忽视的价值。

职能与作用

“当大幕升起，是布景决定了一个戏的基调。”这是美国著名舞台设计家埃德蒙·琼斯在他的《戏剧

的想象》一书中所写到的，这便是布景所具有的非同寻常的作用

在电视中也是如此，当你打开电视，看到图象，首先感受到的是整个画面所显示的视觉风格及造型的形式感。至于内容及声音，则需经过一段时间才能知道。视觉的方式拥有其它方式(语言、文学、音乐等)无法比拟的优势，它能在瞬间提供大量清晰明了、生动准确的信息和符号。虽然人在视觉接纳时总是有所选择的，然而通过短暂的环视或扫视可以得到一个总括的印象。因此我们可以说一个电视节目所要表达的信息，首先是依靠图象上的那种“基调”得以表达的。

电视场景设计的职责，就是在录制空间中创造符合内容需求的景物和空间环境的造型形式，并由造型形式所产生的“意味”来确定一个节目的视觉“基调”。场景设计的过程，就是将内容中抽象的思想、观念精神上的情绪转化为可由视觉接纳的形象的过程。让我们来看看巴勃莱对现代舞台布景创作的总结，(这也将极为有效地帮助我们理解电视场景的职能与作用。)他写道：“现今的倾向是，把舞台布景看作向观众施加影响的整个视听图象的一个组成部分。…不论风格上千差万别，当代的布景已成为戏剧的解释者，也可认为它是向观众传话的一个‘演员’，因为它同时直接或间接地作用于观众的感受。当然，布景仍可指点动作所发生的地点，或按照某种演出风格的要求而参与创造赏心悦目的场景，但主要的是，布景体现、加强或揭示了作品的戏剧意义。”吴光耀译：《西方演剧艺术》上海文化出版社第648页

电视场景，既然应是节目内容的“解释者”和特殊“演员”，那么它就应该“言之有据”、“言之有理”，而不可“自言自语”甚至“胡言乱语”。当电视作为综合艺术时，在“整体艺术”的观念下，电视美术和它的场景设计，应与内容和风格需求以及表现的形式相一致，还应积极的、具有建设性地为节目的展开，提供合理而有效的帮助和支持。场景设计是有前题讲功效的，如果脱离了整体，它是无法独立地存在的。

场景的价值和作用，在录制空间中(演播室或剧场)具有双重性——表现性和实用性，它们是难以割裂的，是交织在一起的。但是这种力量并非在所有情况下都是均等的，由于节目需求的不同设计者风格的差异，其侧重面在不同的作品中亦有所不同。

表现与实用

当我们把舞台布景与电视场景相比较时，可以看到电视场景在“赏心悦目”的成分上往往多于舞台布景，换言之场景的装饰性往往强于布景。在我个人看来，这主要是电视的大众化通俗性所导致的。还应该注意到电视的观众在观看时的随意性，以及图象转眼即变的流逝性等，也会从一些方面决定了电视节目不易于表达深邃的思想，不易以纯粹的艺术形式来表现其内容。电视节目似乎更易于采用寓教于乐、轻松愉快的表现形式。因此，电视场景具有显著的视觉愉悦性，如果不加以注意，很容易步人为装饰而装饰，为悦目而悦目的误区。在我看来纯粹的装饰、无目的的美化，无疑是使自己脱离了整体，这时的场景再也不是内容的“解释者”，而成为无足轻重的“旁观者”或是与人物争夺视觉注意力的“抢戏者”。并且，脱离主体的“抢戏者”，它的炫耀所产生的损害与它的强度成正比。

电视场景需要视觉的愉悦，这是毫无疑问的，然而，设计师应该努力寻找到与内容贴切恰当的形式语汇与表现手段，并且谨慎地把握好尺度。就这个问题我们来看看琼斯的见解，他说：“我不喜欢看一组布景，仅仅因为它漂亮、或新奇、或潇洒，一组告诉我它是新式样的布景。……我愿我的想象为舞台上所见的东西所激发。但一当我意识到这是一种别出心裁，一种着意加工，我的想象就得不到激发，而是感到受饥挨饿。……设计者必须经常注意避免过于外露。好的布景并非一幅画。它可以眼见，但它又要意会，这是一种感受，也是一种唤醒。”(吴光耀译：《西方演剧艺术》上海文化出版社第151页)

倘若我们真心追求琼斯这样的设计目标，就不应令场景的形象停留在外在的华丽或廉价的献媚上，不应以莫明奇妙的怪异或是哗众取宠的所谓“创新”去抢夺人们的注意力。要让场景的表现力能够融人到节目其它因素的表现力之中，通过相互作用共同创造出合乎内容的审美价值。一个真正优秀的设计作品，人们往往难以看到它的“作为”，但是它所作出的贡献总是无所不在的，超出它自身的。场景设计在合乎内容前提之时，它还将向我们呈献出那种唯有造型的形式才具有的审美意味。

图象是由形象所组成的，而任何形象都可以理解为通常所说的视觉元素所构成。它们是点、线、面、体、色彩、光、肌理等。现代绘画，特别是抽象画派的发展，以及现代绘画的理论研究都证实了造型形式本身也具有非凡的审美价值。

在场景的设计之中，我们完全有理由去追求那种被众多艺术家、设计师们所推崇的“视觉音乐”的审美意味。那些表面看来迥然不同的艺术形式以及造型设计领域，其精神本质应是相通的。我们在赞叹一首音乐作品时，常常会说它具有“诗情画意”，歌德把建筑称为“凝固的音乐”。一个能激起我们想象力的设计作品，往往也会表现出它的“形外之音”。

阿庇亚、克雷、盖地斯、斯沃博达、柯尔泰、李名觉，他们的设计风格显然是有着不小的差异，他们的观点和设计方法也不尽相同。然而他们对于空间构筑的高度重视则是一致的。这正如我国著名舞台美术理论家胡妙胜在《阅读空间——舞台设计美学》一书中所讲的：“舞台设计是空间的创造者，这也许是一切舞台设计者的共识。”“组织动作空间，这是舞台设计最原始的，也是最基本的功能。”

空间的组织不仅是舞台布景和电影场景的重要任务，同时也是电视场景设计的重要任务。在电视节目的录制中，你可以不要立面的景片，可以取消任何美化及装饰的因素，也可以不要灯光而在露天用自然光拍摄，也可以不用化妆，并且让人物穿上他日常生活中的服装，但是，仔细想想，你唯独无法回避的是一——必须提供一个可供人物站立和活动的空间。（还应包括摄制人员和设备器材所需的空间）

场景设计不仅完成审美作用，同时还完成组织、构筑录制空间的功能作用。依据不同节目所需的场面调度、动作支点，将录制空间中的景物(立面的和平面的)作分隔的或融合的、合围的或开放的、平展的或分层的安排，从而使节目得以合理而顺畅地进行。

电视场景的空间思维和构筑方法在本质上与舞台布景是基本一致的、互通的。但是，许多电视节目内容的构成具有显著的综合性、片断集合性和章回性，并且所运用的表现形式和手段不尽一致，而是多种多样的、复杂的。因此，在录制空间的组织和构筑上更强调空间的适应性和宽容性。在许多设计中，设计师们倾向于将整个空间结构塑造成通用的，而不是只适应于某个段落所专用的空间。借以空间的不确定性所产生的灵活性，来保证不同体裁、不同形式的内容在同一演播室内得以顺畅地展开。

更为重要的是，由于电视的图象是经由摄像机的镜头来体现的，因而，空间的构筑有时是具散落性的，我们在努力探索电视场景的空间特点时，应充分体现它的功能价值和审美意味。在场景空间的思考上，布莱希特的那句话仍然是要时刻铭记的：“决定演出空间的是人物之间相互的位置，以及他们的活动。”（胡妙胜：《舞台设计美学》上海文艺出版社第15页）

肩负着图象中景物造型的设计家们，都非常清楚电视作为艺术，具有鲜明而突出的大众化和通俗化的特征，由此也决定了电视场景的设计，在取向上较为温和、唯美。极端的视觉样式、偏激的表现手法，以及过度的个性追求，恐怕并不多见。在创造电视图象的审美意味时，更多地是立足于普及，在此之上再进行渐进的提高。目前，商业价值、市场规律的渗透，广告效应、收视率逐渐成为节目重要的评定标准，在这种情况之下，场景的价值也在发生一些相应的变化。就我个人认为，只要还把电视作为提高民众文化素养的有效手段的话，那么，对于造型设计家来说，不论在怎样的情况下，依然负有引导、提高民众视觉审美能力的职责和义务。

作者：刘军

▶ [版权所有](#)

▶ [法律声明](#)

▶ [广告服务](#)

▶ [联系我们](#)

[京ICP备06012649号](#)