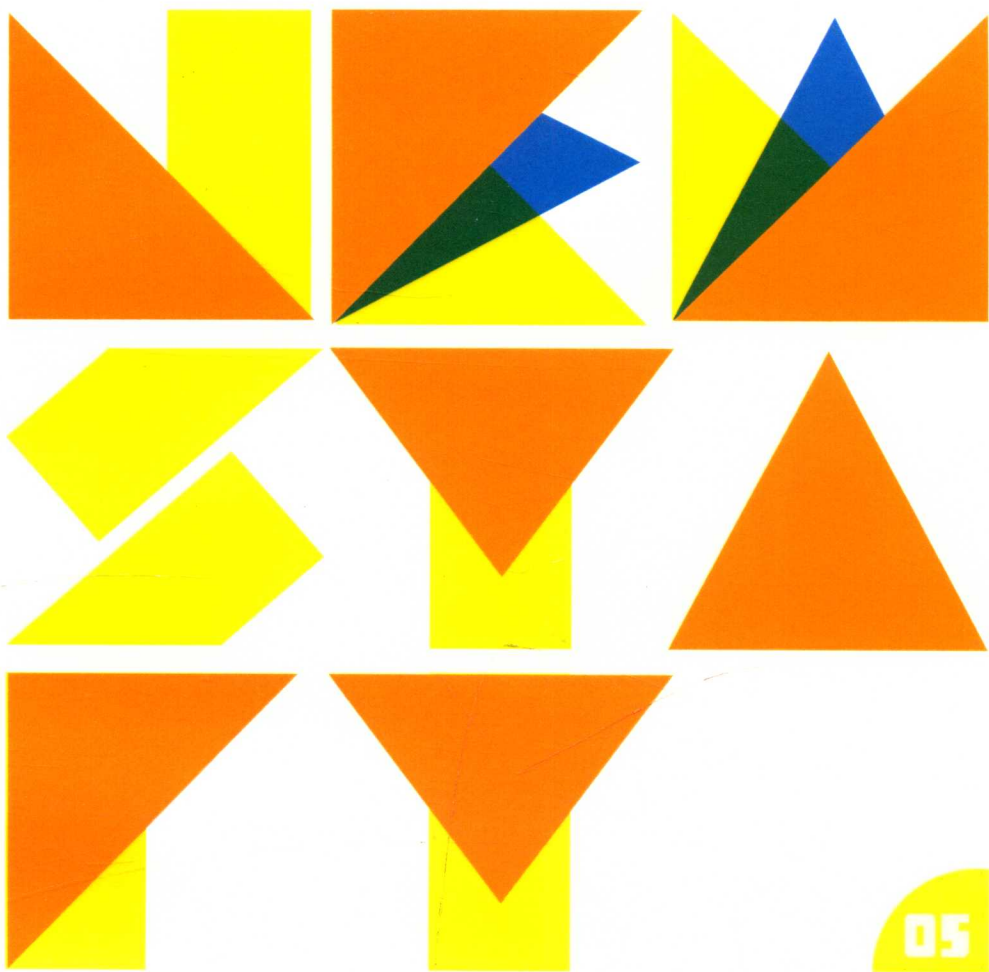




新起点电影研究书系

丛书主编：张会军 黄英侠



05

问道影像： 电影导演艺术研究

■ 主编 王瑞

■ 副主编 罗辉

 中国电影出版社



新起点电影研究书系

丛书主编: 张会军 黄英侠

问道影像: 05 电影导演艺术研究

■ 主 编 王 瑞

■ 副主编 罗 辉

 中国电影出版社
2015 · 北京

图书在版编目 (CIP) 数据

问道影像：电影导演艺术研究 / 王瑞主编. —北京：
中国电影出版社，2015. 8

(新起点电影研究书系/张会军，黄英侠主编)

ISBN 978 - 7 - 106 - 04157 - 1

I. ①问… II. ①王… III. ①电影导演—导演艺术—
研究 IV. ①J911

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 152149 号

出品人：宋 岱

总 统 筹：李 瑾

责任编辑：王 宁

封面设计：梁贝宁

版式设计：未名池

责任校对：李圆圆

责任印制：张玉民

问道影像：电影导演艺术研究

王瑞 主编

(新起点电影研究书系 张会军 黄英侠 主编)

出版发行 中国电影出版社 (北京北三环东路 22 号) 邮编 100029

电话：64296664 (总编室) 64216278 (发行部)

64296742 (读者服务部) Email: cfpjyb@126.com

经 销 新华书店

印 刷 北京易丰印捷科技股份有限公司

版 次 2015 年 8 月第 1 版 2015 年 8 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/710 × 1000 毫米 1/16

印张/24.5 插页/2 字数/382 千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 04157 - 1/J · 1717

定 价 62.00 元

《新起点电影研究书系》

编委会名单

总策划：张会军

编委会主任：张会军 侯光明

编委会副主任：王黎光 孙立军 王鸿海 尼跃红 王宏民 俞剑红

主编：张会军 黄英侠

学术顾问：郑洞天

编委：（按姓氏笔画排列）

王 竞	王 瑞	王宏民	王鸿海	王黎光	尼跃红	全颖华
刘 军	刘戈三	孙 欣	孙立军	李剑平	吴冠平	吴曼芳
宋 靖	张 辉	张会军	侯光明	俞剑红	敖日力格	黄 丹
黄英侠	宿志刚	童 雷	穆德远			

学术回望中的理论梳理

——《新起点电影研究书系》总序

研究生教育是衡量高校水平的重要指标。作为北京电影学院学科建设和学术整理,《新起点电影研究书系》系列专著,是北京电影学院研究生教育、教学发展和学科建设中的一个阶段性总结,也是中国电影艺术专业教育、电影学科各专业创作和理论研究具有重要意义的研究成果。在学术建设的宏观层面上,策划这套关于电影制作和理论研究的丛书,需要总体把控研究方向、界定研究范围、明确研究意义和内容,丛书的最终出版挖掘了电影学学科研究的深度,延展了研究的边界。

2015 年对于“电影”来说,是一个特殊的年份。世界电影诞生两个甲子——120 周年,中国电影诞生 110 周年,同时,也是北京电影学院建校 65 周年华诞。面对这些重要的时间节点,以回望和梳理北京电影学院电影学专业艺术创作和理论研究的教学成就为契机,交流教学经验,展现培养成果为目的,学校研究生院和学报编辑部,发起、策划、统筹、整理、编辑出版《新起点电影研究书系》系列 21 本学术专著。此书系作为我校在戏剧与影视学、美术学、艺术学理论学科建设和教学、科研工作的一个重要组成部分,是学校“十二五”发展规划中的重要内容,对于学校的电影学学科专业的建设,有着极其重要的理论意义和学术价值,并将在社会和高校中产生广泛而深远的影响。

《新起点电影研究书系》系列学术专著的基本选题和规划,在主要内容方面体现了如下的几个方面构成:

此书系从整体研究框架上,涵盖和涉及电影创作与理论研究的各个方面,包括电影历史、理论、批评、创作、技术、艺术、产业、市场等电影学专业领域的相关方向,以开阔的视野较为系统、完整地反映了电影学术研究的前沿成果和北

京电影学院的教学成果。对于每本书的微观布局，在统一丛书系统性、科学性、整体性的前提下，侧重新视角、多角度的开拓性和前瞻性，并兼顾研究的扎实性和深入性。

电影历史研究是本丛书中重要的内容。百年来，“电影是什么”这一问题在中国语境下，不同的历史时期给出了不同的答案，是“海派”电影中的都市现代性表达，是新中国“十七年”电影的主流政治意识形态，是新时期艺术电影的表征方式，抑或是当下商业电影的运作机制，随着中国社会、时代、文化的变迁，建构出不同的电影史观图景。

国别电影是学者最为熟知的研究视角之一，丛书以新颖的角度重新审视法国、意大利、德国、波兰、罗马尼亚、美国等这些欧美电影强国，运用新方法观照过去，挖掘、梳理、总结各国别电影特征；与此同时，将研究视野置于日本、韩国这些邻国，以期为中国电影提供一种参照。

丛书在类型电影研究方面，聚焦于中国类型电影和外国类型电影的叙事范式与形式风格，撷选喜剧、家庭伦理片、苦情戏、武侠片，这些最具民族特色的中国类型电影以及动作片、歌舞片等好莱坞类型电影作为研究对象，探究隐秘其中的既定类型模式和创新表达方式之间的张力。

丛书也对近年来颇受学界关注的身份、性别、明星研究领域进行了呼应。无论是对银幕上的知识分子、母亲和父亲形象，还是对中国和好莱坞的明星现象，都开展了积极的学术观照。

电影是一门融合集体创作的综合艺术，而电影导演是其综合性的集中体现。导演对故事性的挖掘、对影像时空的表现、对人物形象的塑造、对电影细节的描写、对观众的控制，都是电影导演艺术研究领域的重要范畴，丛书一一将之囊括其中。此外，在大师研究的视野下，丛书还对七位中外著名导演的个人影像创作，进行了细致的风格研究与文化批评。

演员依照剧本，在导演的指导下完成二度创作，将艺术形象鲜活地展现在电影银幕前。丛书通过对表演理论、表演创作和表演实践的研究，探析、总结电影表演背后的规律和法则。而电影表演教学是北京电影学院建校伊始就设立的学科，长达 65 年的讲授早已形成一套完整的教学体系，对表演教学的总结梳理，将对学

科建设产生积极作用。

对于电影摄影而言,摄影技术与技巧、影像造型风格、摄影大师研究是研究生论文的主要选题视点。这些未来的电影摄影师们,对影像历史和当下实践,进行了独立的个人思考。

丛书特别涉猎了立体电影、后期制作、数字发行等数字电影技术应用领域。电影科技是完成电影艺术表达的基本保证。在当下的数字时代,数字技术突飞猛进地发展,从最初改变电影制作方式,到如今全方位影响电影形态和工业体系。

声音是电影这门视听综合艺术的一个重要有机组成部分,其艺术构思和整体设计直接影响着电影的质量。随着电影技术和电影美学的发展,对声音理论、录音实践和音乐创作的研究也在不断变化与发展。

电影美术是影片造型的基础,需要通过艺术想象和手段创造出符合电影作品要求的空间形象和人物形象。传统的电影美术观念,在面对实验影像和新媒体艺术时呈现出新的发展变化。

在以往的电影历史及理论、电影艺术创作理论的研究基础上,丛书还对电影产业的制片策略与院线运营、电影市场的本土运作与海外开发等影视管理学热点问题进行了探索。

在历史语境与技术变革下,当代图片摄影也在发生变化。无论是摄影影像辨析、影像现实衍变,还是国际摄影师研究、影像类型研究,抑或是观念与表达探讨、创作研讨与应用,这一定格瞬间的艺术正在等待学术研究的拓展。

对于动画研究而言,丛书分别从欧美动画、日本动画及中国动画的创作与实践予以分析,聚焦近年来重要的动画作品、动画大师、动画技巧、动画形式。

同时,北京电影学院艺术硕士作为研究生教育的重要组成,其创作报告带有鲜明的实践特征,我们从编剧、导演、表演、摄影、录音、美术、图片摄影、动画专业中选取最优秀的创作总结,以期彰显教学特色和教学成果。

总而言之,本系列学术丛书的研究特点是:研究的专业性——实践和理论研究并行,系统梳理学校电影学学科发展和学术建设的脉络;研究的创新性——坚持学术独立和学术自由,观点鲜明;研究的系统性——紧扣十年来电影创作、理论、历史、批评方面的热点和重点问题;研究的严谨性——框架条理分明,学

术思路清晰，逻辑思维缜密。

《新起点电影研究书系》系列专著，是我为纪念中国电影诞生 110 周年和北京电影学院建校 65 周年，全面加强电影学学科建设所推出的理论研究体系的重要课题。希望其成为中国电影艺术专业研究的学术典范，成为电影学科研究生教育的教学示范，为我们国家的电影艺术理论研究与专业教育贡献力量。

是为序。

中国文联全委会委员，中国电影家协会副主席

张会军

北京电影院校长、博士生导师、教授

目 录

CONTENTS

总 序 _ i

◎ Part One

上篇 导演研究

论商业电影中导演对观众的控制 / 付宇 _ 002

论非叙事性表意电影细节 / 闫毅 _ 058

非表演的表演

——电影导演综合手段对人物形象的塑造 / 刘景杨 _ 103

好莱坞黑色电影的空间表现研究 / 吴丁 _ 142

论影像合成的连贯性

——特效电影中图像、空间信号以及感官现实的合成 / 白坚 _ 182

镜头内部蒙太奇的时空重构问题研究 / 吴亮 _ 220

纪录片的故事性开掘 / 曹迟 _ 265

◎ Part Two

下篇 导演阐述

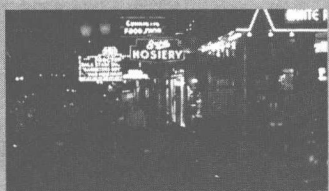
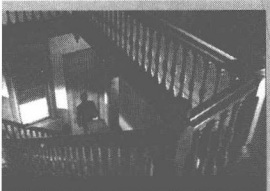
故事片《车头庄》导演阐述 / 付玮 _ 308

故事片《代驾》导演阐述 / 潘智欣 _ 324

故事片《拾荒少年》导演阐述 / 张思庆 _ 338

故事片《成年礼》导演阐述 / 左乙芳 _ 356

纪录片《海拔 4600 米》导演阐述 / 曹瑞 _ 372



◎ Part One 上篇

导演研究

在《白昼美人》中，导演通过镜头语言，将观众带入一个充满欲望与诱惑的世界。影片的开篇，镜头聚焦于一位美丽的女子，她的眼神中透露出一种神秘而危险的气息。随着情节的发展，观众逐渐了解到，这位女子并非表面那般柔弱，而是一个心思缜密、手段高明的女人。导演通过细腻的心理描写和紧凑的剧情安排，成功地塑造了一个令人难忘的角色。影片的高潮部分，更是将这种紧张与刺激推向了极致，让观众在不知不觉中沉浸其中，无法自拔。

除了对角色的深入刻画，导演在影片的节奏把控上也展现出了极高的水准。影片的前半部分，节奏相对舒缓，通过细腻的情感描写，为观众营造了一种温馨而浪漫的氛围。然而，随着剧情的推进，节奏逐渐加快，紧张感也随之而来。导演巧妙地运用了剪辑和配乐，使得影片在情感与节奏上达到了完美的平衡。这种对节奏的精准把控，不仅增强了影片的观赏性，也进一步凸显了导演的导演功力。

在《白昼美人》中，导演通过精湛的镜头语言和细腻的情感描写，成功地塑造了一个令人难忘的角色。影片的高潮部分，更是将这种紧张与刺激推向了极致，让观众在不知不觉中沉浸其中，无法自拔。导演在影片的节奏把控上也展现出了极高的水准，使得影片在情感与节奏上达到了完美的平衡。这种对节奏的精准把控，不仅增强了影片的观赏性，也进一步凸显了导演的导演功力。

论商业电影中导演对观众的控制

付 宇

引言：商业电影的魔力来自何方？

当那些只想在电影院中抛开一切现实的烦恼，抱着爆米花度过惬意的 90 分钟的观众们随着银幕上的光影流动开怀大笑、惊声尖叫或者悲悲切切地痛哭涕零的时候，电影的魔力被我们顶礼膜拜。我们往往会被电影超凡的魔力所催眠——与现实的种种暂时性决裂，跟随它进入那个未知的五彩缤纷的奇妙世界，进而起伏跌宕并最终达到情感和情绪的高潮，直到电影散场，灯光亮起，于是恍若隔世，回味悠然。

可是这样的魔力究竟来自什么地方呢？是什么力量能如此的巨大以至于众多身份不同、性格不同的观众都不由自主地让自己的心灵和情感随之整齐地翩翩起舞？我们是不是有可能掌握这样的力量，让我们能够通过电影的魔法掌控我们的观众，让这样美妙的魔力在影片中发挥作用不再只是一种偶然？我的论文便是这样一种粗浅的尝试。

在开始正式地讨论之前，有三个问题需要明确：

（一）研究的对象：封闭式的在影院观赏的商业电影

本文所期望讨论的内容属于商业电影的创作理论范畴。显然有一部分被称作是艺术电影的影片有着更多的是社会反思、美学探索或者思想启蒙一类的功效，而并不需要一定具备前文所提及的电影魔力。“电影制作是艺术和商业的

联姻。”¹ 其实电影在其属性是艺术还是商业的问题上始终纠缠不清，因此我们讨论商业电影的时候，只能将它作为相对于艺术电影而言的一个范畴。

当电影以艺术身份出现的时候，艺术作品的特征应该是电影所具备的。而明显达成共识的观点是：艺术作品是艺术家出于自身的思想意识而进行的创造性劳动的结果。海德格尔在研究艺术作品的本源问题的时候就已经指出：“艺术家和艺术作品互为本源。”而在电影领域逐渐确立起电影作为艺术的也正是作者电影观念的逐渐形成过程。可以这样说，如果电影是艺术，它一定是以作者为出发点，是作者的创造性思维的结果，并从而成为具有审美价值的艺术作品。

如果电影是商品，那么按照马克思的观点，它应该是用来交换的劳动产品，其生产的目的是为了交换，因此就电影而言，生产（创作）的唯一目的不是创作者艺术思想的表达，而是观众购买电影票进电影院进行消费本身。具体来说，作为商品的电影，其生产目的就是票房，就是商业利润，它对观众数量的要求导致了其观众基础是有消费能力的任何一个可能的消费者，这部分观众（电影产品的消费者）观影的出发点是自己的情感需求和娱乐需求。套用“消费者就是上帝”的名言，在商业电影领域，观众就是上帝。

需要进一步阐明的是：艺术电影也有观众，但是对于艺术电影，其观众所追求的就是电影创作者从自身出发、其独创性所带来的与众不同的艺术创造和审美价值。“艺术电影是通过艺术家们个人的独创，对电影艺术的敏锐把握而赢得特定的观众（数量当然不会多，艺术家也并不在意）。”² 也就是说艺术电影的观众的需求是“以作者为出发点”的原创性价值。

因此，如果必须要把电影划分成为艺术电影和商业电影，二者的区别首先是从其创作目的这个外在因素来考量的：商业电影的创作目的是谋取商业利润，即获得尽可能多的观众；而艺术电影则是为了阐发作者的艺术观念，相对而言则更注重作者本身的表达。可以大致地说，商业电影的出发点是观众，艺术电影的出发点是作者。

1 Jack Vanlenti, *Hollywood, the Rating System and the Movie-Going Public*. USA Today, September 1993, p.87.

2 路春燕：《对类型电影的认识》，《当代电影》2004年第2期，第133页。

据此，本文就将研究和讨论以观众为出发点的商业电影，另外出于创作可能的多样性以及观影的传统习惯的考虑，我们进一步将目光集中在商业电影的主流——封闭式的在影院观赏的商业电影类型身上，这就是本文的研究对象。

（二）研究的方法：抓住影片信息与观众心理状态间关系，围绕控制与受控展开

我们刚才已经明确商业电影创作的出发点就是观众，在对其创作理论的研究将和对观众的研究紧密相随。

商业电影的出发点是观众，观众是商业电影的上帝，商业电影的创作目的就是为了让上帝开心，娱乐便成为商业电影的目标。哈罗德·L. 弗吉尔（Harold L. Vogel）对于娱乐是这样认为的：“娱乐——作为动因，正是通过他的结果体现出来：一种满足和快乐的心理状态。”¹正因如此，商业电影作为娱乐，其观众对其消费所获得的结果“一种满足和快乐的心理状态”就成为衡量其价值的标准和消费的目。

因为商业电影关注的是观众在观影过程中的心理的愉悦感受，所以要确保商业电影具有商业性，或者说成为一部成功的商业电影，就需要在制作的过程中对观众的观影感受进行准确预期，并使用种种手段使完成的影片能在观众观影过程中准确产生创作人员想要观众产生的心理愉悦感。另一方面，观众在看的过程中基本上产生的所有良好反映和愉悦感受也都应该是编导创作人员在创作过程中设计和预期的，也就是说商业电影是排斥不可预期的观众反映的，是封闭的。因此我们可以得出结论，商业电影作为电影的基本内部特征应该是：影片的各个环节都对观众的观影感受进行严密的控制，以确保观众在观影过程中准确按照创作人员的预期获得观影愉悦感。

因此，本文的研究方法和思路就是以商业电影和观众之间控制与被控制的密切关系为核心，围绕着电影内容和所引发的观众心理状态深入展开。

¹ Harold L. Vogel, *Entertainment Industry Economics: a Guide for Financial Analysis*, Cambridge: Cambridge University Press, 2001, p.xvii.

（三）研究的侧重点：目前的研究集中在内容性元素上，本文则侧重研究技术性元素

由于观众的预期和创作人员的控制之间的关系，二者形成了一种博弈状态，观众在观影前对影片产生期待，观影中产生愉悦感，观影后积累观影经验，对下一次观影产生新的期待。而电影的制作人员只能每一步都走在观众的前面，不断地对观众心理进行预期，才能在观众观影活动的主体部分——观影中实施严密控制，从而确保观众能够从电影中获得足够的娱乐享受。

如果将商业电影的观影活动看作是一个传播过程，用传播学的观点看，导演（信息制造者）——电影（信息）——观众（信息接收者）形成的链条中距离完整的传播系统还缺少信息的反馈一个环节。这正是电影在信息传播过程的一个特别之处：对于单部电影而言，它的信息传递是单方面的，它的反馈系统只有在商业电影的动态发展运动中才能实现，即通过观众的货币“投票”和相关的评论进行信息的反馈，而电影制作人员针对反馈的调整只能在下一部电影中进行。

于是，在动态的商业电影发展过程中，为了实现对观众观影反映的准确预期并据此加以良好地控制，每一部成功影片都将为影片的制作者提供可控制的元素并在今后的影片中固定下来加以重复利用。这些元素包括内容性的元素（情节元素，视觉符号元素等）也包括一些技术性元素。适当的内容性元素能够对观众有效刺激从而产生良好反映（导演可以通过这些元素使观众产生预期反映——即控制），随之发展成熟，一些能够引起观众良好反映——因此也意味着能对观众的反映进行控制的内容性元素被慢慢固定了下来，从而在相同类别的影片中重复出现——这就是类型片。类型片是商业片动态发展的结果，是影片制作者对观众实施控制的企图长期积累的产物。所以“商业电影和类型电影实质上是同义词”（邵牧君语）。“类型电影”这个称谓主要的侧重点是在于电影元素在同一类影片中的一致性，而“商业电影”这个称谓的侧重点则在于其影片创作的出发点，是对观众观影心理的控制，是对观众娱乐需求的满足。在目前的商业电影的理论研究中，我们可以注意到大量是针对这些内容性元素研究的——也就是我们经常提到的类型电影的研究，这个领域的研究内容从美学到意识形态领域都有相当多的著作。这意味着大量的研究集中在“商业电影导演创作”的工作对象上面。

然而，我们也不能忘记，在商业电影发展积累到今天，同样沉淀出了若干的技术性元素和技巧。这一部分技巧是跨越内容与类型的，是一种模式性的和结构性的，而在这方面的研究相对于类型电影的元素（内容性元素）而言就要少得多。这一部分内容的研究，对于导演进行商业电影的创作，个人认为具有相当的意义——它是对“商业电影导演创作”的工作本身的研究。

本文就试图尝试从这个角度对商业电影创作中的导演技术问题进行粗浅探讨，范围集中在技术性和技巧性问题上，对涉及的内容性问题不作深入研究（这部分问题有相关的类型电影研究进行讨论）。

一、控制的可能

好莱坞电影的美学效果很大程度上依赖于……它在观众身上激起的泪水、欢笑、恐惧与情欲。在观众的体验中，一部电影是一次情感上的过山车游戏，它也是一个主题重大的故事，借用一个概念，我们可以把它们合并称为一次“故事之旅”。

——理查德·麦特白¹

（一）控制是商业电影的内部基本特征

当我们谈论一次过山车旅行的时候，我相信每个人都会有这样的回忆——我的情绪是完全不受自己的控制，随着过山车的起伏旋转而起伏旋转，随着每一个高度与角度的变换而尖叫、喘息、咬紧牙关和流汗。走下过山车以后，我们还会抚摸着自己的胸口长出一口气：“乖乖，不得了。”说白了，这就是一部商业电影所要做的事情。

我们观察乘坐过山车的乘客的心理状态，我们知道乘坐过山车的兴奋是由轨道的回旋、快速的俯冲或者在半空中让乘客上下颠倒及暂停造成的。在电影中，观影的心理状况同样应该是应该由一些电影提供的元素引发，这些元素就像过山车的回旋、俯冲和奇异的静止一样刺激观众的心理，使他们获得这样或者那样的情绪

1 [澳]理查德·麦特白：《好莱坞电影——1891年以来的美国电影工业发展史》，吴菁、何建平、刘辉译，华夏出版社2005年版，第51页。

情感的强烈反应。而我们知道这些元素——不管是画面的奇观，还是超级明星的华美表演，还是超乎想象的浪漫爱情——它们都是电影提供给观众的信息。于是我们可以将这些信息引发的观众的相应心理激动、感动、兴奋定义为：信息引发的效果。

因此，如果电影创作者能够通过自己提供的信息，准确地使观众的心理状态达到某种预期的效果，“控制”就完美地实现了。

这就像我们在精心地设计过山车的每一个弯道的位置、每一个起伏的角度一样，为的是让我们的乘客（观众）在每一个预期的地方产生我们预期的兴奋——如果我们设计的过山车让乘客有时间在上面看报纸或者考虑今天晚饭的菜肴，那显然就完全失败了。

商业电影作为电影的基本内部特征应该是：影片的各个环节都对观众的观影感受进行严密的控制，以确保观众在观影过程中准确按照创作人员的预期获得观影愉悦感。

（二）历史上的控制理论

控制，在早期的行为主义心理学的研究中就已经有体现，将人的行为和心理客观成为实验室产物，认为可以通过同样的刺激得到完全同样的行为反应，并且在传播学领域衍生出影响巨大的“魔弹论”（或称为“皮下注射论”），认为“设计巧妙的刺激信息可以通过媒介而触及大众社会的每一个成员，每个人会以普遍相同的方式感受这些刺激，他们将在所有人身上因此有多少一致的反应”¹。

在电影领域，对观众控制的观念，也早在20世纪初就已经被爱森斯坦明确地提出了：在对“吸引力蒙太奇”（国内以前的译著一直以来称之为“杂耍蒙太奇”）的理论阐释中，爱森斯坦认为可以借助创造有视觉冲击力的和表意明确的电影文本来表现作者的思想观念。他在巴甫洛夫的条件反射理论基础上发展了吸引力蒙太奇，认为人的意识会像反射作用一样可以被观察，被变化试验，分析出基本单位。爱森斯坦试图把艺术活动变成可以精确计算投入产出和完美控制的心理反应过程。

然而这些理论在后来的发展中都显示出明显的缺陷，他们将信息的受众（在

1 陈卫星：《传播的观念》，人民出版社2004年版，第83页。

电影领域即观众)看作是没有差异的个体,对受众作为人的意识中的种种复杂变量不予考虑,因此很快这些理论就受到了广泛的质疑和批评。对于爱森斯坦的理论,不只是在实际操作性上有极大缺陷,甚至在美学观念上也因过于强调其意识形态传播功能而偏离了艺术本质,郝建就称其为“美学的暴力”¹。

所有的这些刺激—反应模式的基础是把人看作无差别的“物”,对于某些刺激会有相同的本能反应。但这样的观点一旦运用到人的理性心理活动中,显然就会失效。所以当爱森斯坦试图用电影的方法去强行灌输意识形态观念的时候——也就是耳提面命地告诉观众“你要这样想问题,你要有那样的思想观念”的时候,必然会遭到失败——这样的“控制”绝不可能成功。

那为什么在今天我还要再次重复这些理论呢?因为如果我们仔细地考察这些理论,我们可以发现它们之所以在一定的历史范围内能有如此地位和影响,其实是存在着一定的合理性的,也就是说事实上在一定范围内,其实存在着受控的可能。

(三) 控制的可能

人的心理活动实际上是大脑的皮层的特定的兴奋活动。它由感性心理活动领域(除去基本的认知和直觉之外,主要是情感情绪)和理性心理活动领域(逻辑思维,哲学思辨等)组成,人的大脑皮层有三个级区,第一、二级区是人与高等动物所共有的,它可以对外界的刺激做出直接的反应(无条件反射和条件反射),第三级区是人类所特有的组织,“皮质后部第三级区的活动……对于词的意义,复杂的语法结构和逻辑结构的运用,数的系统和抽象的相互关系的运用都是必要的……在成年人那里,主导地位就转移到皮质的高级区,……成年人的最高皮质区控制者服从于它的第二皮质区的工作”²。这可以看到,理性思维相对于感性的心理活动是更高级的,更“非本能”和“非反射”(包括非条件反射和条件反射)的。其心理活动的内涵“兴奋的强度”这一个衡量的指标较之感性心理活动而言是非常不明显的,相反更多的是具有性质差异的心理兴奋活动(比如逻辑思维,还是哲学思辨,是对社会的关注,还是对人性的洞察)。我们很难像衡量伤心的

1 郝建:《美学的暴力与暴力的美学——杂耍蒙太奇新论》,《当代电影》2002年第5期,第91页。

2 [苏]鲁利亚:《神经心理学原理》,科学出版社1983年版,第101-102页。