

电影美学简论

王钦韶 著

河南人民出版社

电影美学简谈

王敬新著

(豫)新登字 01 号

电影美学简论

编 著 王钦韶

责任编辑 刘彦杰

*

河南人民出版社出版发行

中牟县印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开本 11.375 印张 281 千字

1994 年 4 月第 1 版 1994 年 4 月第 1 次印刷

印数 1-2,000 册

ISBN7-215-03125-XIJ·47

定 价 7.90 元

目 录

绪论

- 一、什么是电影美学 (1)
- 二、电影美学与“美的规律”以及本书的理论构架 (3)
- 三、学习电影美学的意义 (7)

第一编 电影美学的科技基础 (13)

第一章 电影科技是电影美学研究的重要课题 (15)

- 一、科技扩大了艺术掌握世界的可能性 (15)
- 二、电影技术决定了电影特定的生产方式 (17)
- 三、电影技术与电影美学 (21)

第二章 摄影机及其美学功能 (27)

- 一、摄影机的发明 (27)
- 二、摄影机的特性 (31)
- 三、摄影机的美学功能 (33)

第三章 录音机和声音的美学价值 (42)

- 一、电影声音的产生 (42)
- 二、电影声音的种类和特性 (45)
- 三、声音的美学价值 (52)
- 四、关于声音价值的美学论争 (58)

第四章 电影放映系统与电影的美学效果 (62)

- 一、电影放映系统及其在电影中的美学地位 (62)
- 二、由影片到银幕形象的转换机制 (65)
- 三、强化审美效应的物质保证 (77)

第五章 电影语言——电影技术手段的美学结晶 (80)

- 一、镜头是电影语言的基本元素 (80)
- 二、蒙太奇是电影语言的独特基础 (85)
- 三、电影作为语言 (97)

第二编 银幕形象的美学特性	(103)
第六章 电影影像——逼真性与假定性的统一	(105)
一、电影是影像艺术	(105)
二、电影影像的逼真性	(107)
三、电影影像的假定性	(116)
四、电影影像是逼真性与假定性的统一	(126)
第七章 电影造型——运动性与静止性的统一	(132)
一、电影是一种造型艺术	(132)
二、电影造型的运动性	(140)
三、电影造型的静止性	(154)
四、动态美与静态美的有机统一	(161)
第八章 电影时空——自由与不自由的统一	(171)
一、电影空间	(171)
二、电影时间	(184)
三、电影艺术是相对的时空复合体	(194)
第九章 电影的艺术本性——客观性与主 观性的统一	(221)
一、艺术是客观性与主观性的统一	(221)
二、主观镜头与客观镜头	(223)
三、电影剪辑对主观性与客观性的强化	(232)
四、“视角”与电影的主观性和客观性	(237)
五、客观性与主观性相统一的银幕体现	(246)
第十章 电影流派——电影特性矛盾主导面的倾斜	(250)
一、风格流派之美是电影美学特性的综合表现	(250)
二、纪实派对逼真性的充分显示	(254)
三、戏剧化电影对假定性的重视	(260)
四、蒙太奇派对电影时空的自由创造	(265)
五、现代主义电影对主观自我和下意识的	

苛意表现	(269)
六、当代电影的多元综合	(277)
第三编 电影美的社会学效应	(285)
第十一章 电影的群众性	(287)
一、最有群众性的艺术	(287)
二、群众是电影“内在尺度”的载体	(290)
三、“上帝”被吊到了十字架上	(295)
四、关于“叫好不叫座”与“叫座不叫好”	(298)
第十二章 电影的娱乐性	(304)
一、电影——一种娱乐性的艺术	(304)
二、电影娱乐性的根源	(308)
三、娱乐的健康与庸俗	(314)
第十三章 电影的思想性	(322)
一、电影是“讲求效用的艺术”	(322)
二、关于“社会责任感”的争执	(328)
三、电影思想性的表现	(334)
第十四章 电影的商业性	(344)
一、特殊的“文化企业”	(344)
二、电影商业价值的非艺术根源	(349)
三、电影的商业性对美学特性的价值二重性	(353)
后记	(358)

绪 论

人们习惯于把 1895 年 12 月 28 日卢米埃尔兄弟在法国巴黎卡布辛路大咖啡馆放映电影的成功称作电影的诞生日。于是，电影成了迄今为止具有明确的诞生日期的最年轻的艺术样式。近百年来，摄影机等电影设备由一般的机械装置发展而为特殊的艺术手段，电影也由被人瞧不起的“杂耍”（甚至被讥为“奴隶的娱乐”、“小学生看的玩意儿”）发展而为最重要的艺术样式之一。它由短片到长片，由默片到有声片，由黑白片到彩色片，由平面到立体，其发展之快，变化之速，为其它艺术所不及。

与此同时，电影理论也得到了应有的发展。电影美学作为美学的一个分支，也逐步发展成为一门独立的学科而为社会各所重视。电影美学的建设与普及也日益成为一项相当迫切的任务。本书的写作就是想在这方面尽一点微薄的努力。

开篇伊始，我想先对电影美学的性质、本书的理论构架以及为什么要学习电影美学谈点看法。

一、什么是电影美学

被人们越来越关注的电影美学究竟是什么？这是至今人们莫衷一是的问题。匈牙利电影理论家贝拉·巴拉兹把他的著作命名为《电影美学》，但并未对电影美学下定义。在我国电影理论界更是众说纷纭。有人认为电影美学即电影特性学，“电影语言学”；有人认为电影美学实际上是电影对现实某种程度上的抽象；也有人认为电影美学和电影理论是一回事。

我赞成郑雪来先生对两对范畴的区分。一是对电影美学和电影理论的区分。并非所有的电影理论都属电影美学，电影理论的研究范围要宽泛些，电影美学只研究电影的一些带根本性的问

题，即电影艺术的基本规律问题；二是对电影美学和一般美学的区分。一般美学研究美的本质、人对世界的审美关系的原则、艺术的实质及规律性等；电影美学则研究如何运用电影的艺术手段认识和反映现实的规律问题。诸如电影艺术的形象本性、思维特点等等。^① 因为任何一门学科都有独立的研究对象，范畴的区分才有利于对象的界定。

电影美学不是单纯的电影学，它比电影学的研究范围要窄，比如电影史即不属电影美学的范围；也不是单纯的美学，它不象纯美学那样抽象；它又不是电影学与美学的简单相加，它应是运用美学的一般原理去研究电影之所以为美的种种规律的科学。

美的哲学是电影美学赖以存在的哲学基础。离开美学原理的指导，电影研究将陷入单纯的电影特性学和电影语言学，而非真正的电影美学。电影之所以为美的种种规律是电影美学赖以产生的必备条件。电影属于艺术美的范畴，它有艺术的共同品性，也有电影的特殊要求。从共同性的一面讲，它同其它艺术一样都是艺术家对生活的能动反映，是社会意识形态的一个特殊部分。作为艺术美的一种形态，它也具有艺术美的共同本质，遵循美的共同规律，正如鲁道夫·爱恩海姆所说：“如果忽视电影同其它艺术手段所共有的特性（这是人们历来的作风，以表示对电影‘恩宠有加’）那就不可能正确地估价电影艺术。”^② 但电影毕竟又不同于其它艺术。电影有特殊的物质媒介和语言要求，有独自的思维特点和艺术风格，因而能给人以独特的审美感受，产生独特的社会效果。离开这些生动丰富的具体的特性而空谈电影美学，就将陷入空泛的哲学思辩，同样不是真正的电影美学。

据此，电影美学的研究对象是具体的，而非抽象的，是特定

①《电影学论稿》第110—111页。

②《电影作为艺术》第174页。

的，而非笼统的。郑雪来先生以为包括“电影艺术的思想——美学发展的一般规律；电影中艺术形式的规律性；电影艺术作为社会现象和审美现象的特性。”^① 张瑶均先生以为包括“电影同现实的关系。电影的本性，电影思维和电影语言，以及电影同其它门类艺术的关系”^② 等。我以为这两种说法的本质是一致的，范围是互补的。在我看来，电影美学就是用美学的一般原理对电影的特殊问题进行研究和作出回答。具体说，就是研究如何按照美的规律，运用特殊的电影艺术手段，去认识现实和反映现实，创造出真正的电影美，以实现其特定功能的种种规律的科学。

二、电影美学与“美的规律” 以及本书的理论构架

电影之所以能与美学联系起来是因为电影艺术家们为我们创造的是美，能给我们以美的享受。电影和其它美的事物一样，都是按照美的规律创造的。马克思说：

通过实践创造对象世界，即改造无机界，证明了人是有意识的类存在物，也就是这样一种存在物。它把类看作自己的本质，或者说把自身看作类存在物。诚然，动物也生产。它也为自已营造巢穴或住所，如蜜蜂、海狸、蚂蚁等。但是动物只生产它自己或它的幼仔所直接需要的东西；动物的生产是片面的，而人的生产是全面的；动物只是在直接的、肉体需要的支配下生产，而人甚至不受肉体需要的支配也进行生

①《电影学论稿》第448页。

②《电影美学论文集》第107页。

产，并且只有不受这种需要的支配时才进行真正的生产；动物只生产自身，而人再生产整个自然界；动物的产品直接同它的肉体相联系，而人则自由地对待自己的产品。动物只是按照它所属的那个种的尺度和需要来建造，而人却懂得按照住任何一个种的尺度来进行生产，并且懂得怎样处处都把内在的尺度运用到对象上去；因此，人也按美的规律来建造。^①

马克思这一段关于人的生产不同于动物，是按美的规律进行生产的著名论断，也是我们理解电影美学的一把理论钥匙。电影的生产和其它艺术种类一样，是人类“有意识的”、“不受肉体需要的支配”，可以“自由地对待自己的产品”的生产，是“按美的规律”创造的典范产品之一。

根据马克思的论述，“按美的规律”生产的条件是：一方面必须“懂得按照任何一个种的尺度来进行生产”，另一方面又“懂得怎样处处都把内在的尺度运用到对象上去”。“尺度”就是衡量事物的标准。它不是数量概念，而是哲学概念，它指示着事物与量的规定性，标志着事物自身的特殊规律。“任何一个种的尺度”，就是万事万物的自身规律。电影艺术要反映社会生活，需掌握社会的发展规律；要塑造人物，须掌握人物性格的发展规律；用不同的物质媒介来表现，又需掌握各种艺术传播媒介的规律。不掌握这些规律就要受到规律的惩罚，生产就要失败。“内在的尺度”就是人的尺度，人的本质及其客观需要。处处都把“内在的尺度运用到对象上去”，是说人在改造客观世界（含人自身，人的意识活动可以把自身作为对象）时，都要以人的本质和需要为依据。离开了这个依据，创造就失去了价值和意义。因此，按美的规律建造是既合乎客体规律，又合乎主体目的的建造，或者叫合规律性与合目的性的建造。主体的需要与客体规律之间的关系不

①《马克思恩格斯全集》第四十二卷第96—97页。

是随意的，因此，“美的规律”，也是客观的。按美的规律生产出的产品就是美的。人的需求随人类的发展而变化，美的标准也随之而提高和变化。

这并非说，任何有目的合规律的创造在任何阶段上的产品都是美的。这个目的需合乎全人类的需要。依据狭隘自私的、倒行逆施的、与大多数人的利益相背离的目的所从事的活动都可能是丑的；半成品（如未经加工的矿石；盖了半截的楼房、某个孤立的电影镜头等）也可能是不美的。就是依合乎人类大多数人的利益和目的生产的成品，也未必都美，反之，有些未经加工改造的自然物却可以是美的。这在自然美中是大量存在的。因此，把合规律合目的的创造与美的产品等同起来是不妥的。但凡人类创造的美的产品都一定是既合规律又合目的的则是事实。艺术品尤其如此，艺术创造有其特殊的规律（包括技术手段、物质材料的运用和对社会规律的把握），也有人类对艺术的特殊需要，舍此，艺术将不复存在。

美国电影理论家约翰·霍德华·劳逊指出：“电影创作者必须解决许多社会、美学和技术问题，才能完成任务。”^①这三个问题都是与电影美学关系极密的问题。社会问题与技术问题看似与美学问题并列，可是根据马克思对美的规律的论述，它们都是美的规律中的应有之意。技术问题是电影的物质基础。不解决电影科技这一物“种”的规律（即“尺度”），电影就无以产生。电影的美学特性是离不开科技的恰当运用的。社会问题既涉及电影艺术反映的社会内容，又关乎电影的社会价值。人对电影的需求将作为主体“内在尺度”在电影美的创造中发挥作用。也正因此，电影美也将显示其一系列的社会学特征。

电影是一门综合艺术，这是人们公认的常识。但它的综合程

①《电影的创造过程》第199页。

度，人们总是只着眼于它是各种艺术手段（文学、绘画、音乐、舞蹈、表演等）的综合，犹如鲁道夫·爱恩海姆所说：“只有把产生自各种表现手段的完整结构在平行的形式中结合起来，才有可能出现复合的艺术品。”^① 而没有象劳逊那样从社会、美学、技术的综合上来看问题。倒是斯坦利·梭罗门的一段话可以给我们以启发。他认为，电影的发展变化使它已“不仅是一种娱乐工具，也不仅仅是一种公认的艺术形式了，（尽管做到这两点已是不小的成就）。电影已经成为知识的综合体，甚至已经悄悄越过学术机构的边缘。”^② 这种知识的综合表现在电影美学上，就是技术学、美学与社会学的综合。对于电影的综合，爱恩海姆还有一个精彩的比喻。他说，电影各种因素的“结合好比是一次成功的婚姻，全靠互相近似和互相适应来促成结合，但双方的个性仍然保持完整。这种结合跟由于这次婚姻而生出来的孩子则有所不同——在孩子身上，双方是不可分离地结合在一起的。”^③ 这个比喻既可用以说明电影各表现手段间的关系，也可用以说明社会、技术与美学间的关系。社会学、美学、技术学各有其独立的完整的个性，它们又可互相接近互相适应。可以说，电影美学就是它们结合而生的、有独自特色的“孩子”。当我们探讨电影的美学特性时，不考虑“父母”亲的遗传基因是不行的。

据此，我们将把本书分为三编。第一编是“电影美学的科技基础”，用以阐明电影美与科学技术的关系，从而说明对科技手段的美学研究是电影美学的必有之意。第二编论述“银幕形象的美学特性”，这是本书论述的重点，也是本书的理论核心。对银幕形象美学特性的正确而深刻的认识，是解决电影学一般原理的

①《电影作为艺术》第176页

②《电影的观念》第265页。

③《电影作为艺术》第170页。

关键。电影制作过程中的一系列问题（比如电影编剧、电影导演、电影摄影、电影音乐、电影美术、电影录音、电影剪辑等），都是为获得银幕形象的美学特性而努力的。离开对银幕形象美学特性的追求，电影的各种技术手段都将丧失或削弱其价值。电影的欣赏和评论，无非是从主体感受角度对电影美学价值的体验和挖掘，对电影美特性的论述将为欣赏和评论指明方向。正因此，我们才较详尽地论述电影的美学特性，而对电影制作和评论中的有关问题作为电影学的论述范围而予以省略。第三编论述“电影美的社会学效应”。这是从社会学角度对电影美学的考察。看不到电影的社会价值，电影美也将无从认识。实际上，电影的社会效应是深根于电影自身的社会内容的。从效应着眼揭示的则是完整的社会学内涵。离开对电影的社会学考察，电影美就再也没有了价值依据。

上述三编相辅相成地形成本书的大体理论框架。我希望这一构架对电影美学的建设能有所启发。

三、学习电影美学的意义

1、学习电影美学是电影理论和电影美学发展的必然趋势。

对电影美学的学习欲望是逐步滋生发展起来的。在电影被视为“杂耍”的早期阶段，是不存在电影理论和电影美学的。电影成为艺术的初期，也无自觉的成体系的理论。对电影艺术的发展作出过重大贡献的美国著名电影艺术家格里菲斯并没有把自己的实践经验上升为系统的理论体系。电影理论与电影美学的研究起步于本世纪的二三十年代。但直到四十年代前的美国，最有影响的艺术理论刊物《艺术批评与美学杂志》却几乎不登电影理论和电影美学方面的论文。当时的世界，除苏联设立了电影大学之外，其它电影发达国家都还没有什么专门的研究机构。到了五十年

代，电影能否进入高校的课程表，还是做梦也不曾想到的事。可是到了七十年代情况就发生了重大的变化，电影已受到电影发达国家高等学校的普遍重视。七十年代下半叶，美国已有六百多所大学开电影课，一百多所大学可授电影博士学位。到八十年代上半叶，开课的高校就增至一千余所。而且欧美各国还建立了有世界影响的电影研究机构。除苏联外，还有：“国际天主教电影中心”（巴黎）、“现代艺术博物馆”（纽约）、英国电影学会（伦敦）、“德国电影研究所”（威斯巴登）、“德国科学院电影学研究所”（柏林）、“意大利比萨大学”（比萨）等。电影科学的研究成果竞相问世。电影通史多达几十种，卓别林评传竟多达千种，各种类型的电影美学专著、论文也相当繁多。种种迹象表明，电影理论、电影美学正在迅速地扩充着自己的影响。可以预言：对电影理论、电影美学的了解程度将成为衡量人们文化水平与艺术素养的一个重要标志。

在此形势下，电影美学的学习与普及对于各个阶层的人来说都显得越来越迫切了。

2 电影美学是电影艺术家创造美必须的理论指导。

电影艺术家包括：编剧、导演、演员、摄影、录音、作曲、布景设计、特技、化妆等等均在内。在电影制作过程中，这些人应该在共同的美学原则指导下，为着创造出共同的电影美而奋斗。美国电影理论家欧文·潘诺夫斯基认为：“电影是一种集体共同努力的产物，在其中各方面的劳积都具有同等的永恒价值。”^①这就决定了对他们美学修养的要求上也有同等的标准。

对电影艺术家来说，什么是美和艺术美？什么是美的规律？这些一般性的美学问题是他们从事艺术创造的理论前提。列宁说：“没有革命的理论，就不会有革命的运动。”在电影艺术创造的

^①《电影的风格与表现手段》、《电影艺术》1981年第2期。

实践中也是如此，没有电影美学理论的指导，也没有自觉的创造电影美的行动。

电影艺术与电影技术的关系，也是一个长期被忽视却又十分重要的理论问题。任何一种艺术形式的美学特性都离不开特定的艺术手段。不了解技术手段对艺术品美学特性的影响，或者让技术手段脱离了美学原则的支配，都将给艺术美的创造带来不利的影响。没有美学原则指导的技术，不是真正的艺术，这就是初期电影被简称为“杂耍”的原因之一。苏联导演爱森斯坦能在电影史上具有那么显赫的地位，是因为他把一般的剪辑技巧总结为一种电影蒙太奇的美学原则，并在此原则指导下，创造出《战舰波将金号》一类的经典电影。他是一个有理论指导的电影艺术家。

对电影美学理论问题的忽视导致了有些电影艺术家（特别是直接操作电影机械的艺术家如摄影师、录音师等）让电影技术冲淡了自己的理论意识，似乎只要有技术，没有理论照拍电影。这是一种误解。应知道，没有理论指导的实践是盲目的实践。盲目的实践也许会有偶然的成功，但却永远达不到艺术的高峰。

真正的电影艺术家，都有较高的理论修养和美学造诣。以本书之粗浅乃至谬误，断然不敢在艺术家面前班门弄斧，强为人师。但强调学习电影理论与电影美学的重要，对谁都不为多余。即使美学造诣较高的艺术家也还可百丈竿头，再上一步。至于本书，能对有志于电影美创造的青年和广大电影爱好者有所裨益也就满足了。

3、电影美学是电影发行和电影放映工作者完成任务的必要条件。

电影发行就是影片拷贝的“分配供应”。它是电影事业运转机制中从制片到放映之间的必须环节。电影产品的特性和满足观众方式的特殊性，决定了电影发行和放映的必要性。

在我们这个社会主义国家里，原来电影一直采取“统一发行”

的方式，由中国电影公司统一购买影片版权，再组织统一供应。各省分配拷贝的多少，或由中影公司统一有计划按比例地分配，或由各省先看试映拷贝，然后把自己所需拷贝数上报，再决定洗印数目，组织分配供应。当此之时，电影功能的发挥与经济效益的好坏，都与发行工作有着密不可分的关系。随着改革开放的深化，电影发行也被纳入到市场机制的轨道上来，电影厂家可以与放映单位直接挂钩。放映单位对影片的美学鉴别和效益预测，又直接关系着自身的生存。对放映人员的美学修养也随之提高。

在我国，电影发行不是单纯的业务工作和技术工作，同时还是社会主义伟大事业的一部分。电影发行工作者担负着发挥影片的宣传教育作用，满足群众文化生活的需要、为社会主义电影事业的发展积累资金的多重任务。而电影作为宣传教育的一种手段，又是以“寓教于乐”的方式实现的；满足群众的文化生活也以有益群众的身心健康和美的享受，使之陶冶性情，焕发精神为目的。这与获得经济效益是相辅相成，矛盾统一的。

为了胜利完成上述任务，电影发行和放映人员就需要：第一，有敏锐的艺术眼光和高度的审美能力，能对影片的思想、艺术水平作出准确的分析，对影片的社会效果作出符合实际的判断。这是确定本地区拷贝需要量和本影院需进哪些拷贝的根本前提。第二，有强烈的观众意识，对观众的欣赏水平和层次有恰当的估计，能大体判断出将上演影片的上座率，这是确定拷贝需要量的又一重要依据。了解商品性能和顾客需要，是任何成功的商业经营都不可或缺的条件。带有商业性能的电影业，当然也不能例外。第三，有富有成效的电影宣传，让群众了解影片的内容和艺术特点，以吸引观众。第四，有合理的分配、调度和周密的放映安排，以最大限度地发挥拷贝的利用率。第五，还要有高质量的电影放映，以优异的音像效果去愉悦和满足观众。放映人员必须了解电影放映在电影事业中的重要地位，了解放映自身的美学

价值。在此基础上才会自觉地提高自己的放映水平，慎而又慎地对影片、放映机、银幕等进行维护，以保证放映的审美效果。这五条，除第四条，纯属发行业务，与美学关系不大，其余四条都与电影美学有关。发行和放映人员有了美学修养影片分析和观众分析才有了依据，电影宣传才能抓住要害，电影放映才会精益求精，就连电影拷贝的分配调度也才能作到合理。

可见，学习电影美学对于电影发行和放映人员来说，也是十分必要的。

4、电影美学是电影观众获得审美享受的必备修养。

电影广泛的群众性，容易忽略对观众审美修养的高要求。有人会说，谁都能看懂的电影，还要什么理论修养？这是一种十分肤浅的见解。

马克思说过：“如果你想得到艺术的享受，那你就必须是一个有艺术修养的人。”^①他还说过：对于缺乏音乐耳朵的人，再好的音乐也没有意义。这种论断对电影欣赏具有同样的价值。

中国的老百姓常说：看戏“会看的看门道，不会看的看热闹。”所谓“会看”，就是能看出戏的好坏，而且知道好在什么地方？坏在什么地方，为什么说它好或说它坏？这些就是戏的“门道”。具有这种能力，就叫“有艺术修养”。否则，只看见一个表面的故事情节，对其内蕴和艺术价值一无所知，这就是看热闹，是不会看。这种人貌似看懂了，其实并未真懂。不真懂而侈谈审美享受只能是欺人之谈。

观众的艺术修养包括美学理论修养和丰富的鉴赏经验，并以鉴赏经验为基础，以理论修养为指导。只有在正确理论指导下，观赏水平才能迅速提高。我国古代的刘勰在《文心雕龙》中说：“操千曲而后晓声，观千剑而后识器。”意思是说，看的多了，欣

^①《1844年经济学—哲学手稿》第108页。