



高等院校传媒与影视艺术类专业精品规划教材

总顾问 仲呈祥 王丹彦 总主编 李跃森 总策划 游 浩

影视美学

Aesthetics of
Film and Television

主编 刘宁 金卓

 南京大学出版社

高等院校传媒与影视艺术类专业精品规划教材

总顾问 仲呈祥 王丹彦 总主编 李跃森 总策划 游 浩

影视美学

主 编 刘 宁 金 卓
副主编 贺彩虹 苏力德 刘 璐
参 编 王丽丽 胡玲玲 杜明星
夏萌萌 王 晶 张鸿珍
郭夕熙 刘新梅 张书芹

内 容 提 要

本书遵循理论与实践相统一、逻辑与历史相统一、纵向与横向相统一、个性与共性相统一的原则,对影视美学的学科定位、研究方法、本质、特征、创作主体、创作过程及接受过程中的美学规律和审美特征进行了深入而全面的阐述。

本书内容丰富,问题研究深入系统,可作为传媒与影视艺术专业及文史、艺术类相关专业的教材,也可作为大中专教师、影视艺术爱好者及相关领域研究者的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

影视美学/刘宁,金卓主编.—南京:南京大学出版社,2014.6

高等院校传媒与影视艺术类专业精品规划教材
ISBN 978-7-305-13244-5

I. ①影… II. ①刘… ②金… III. ①电影美学—高等学校—教材 ②电视—艺术美学—高等学校—教材 IV. ①J901

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第100510号

出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路22号 邮 编 210093
网 址 <http://www.NjupCo.com>
出 版 人 左 健

丛 书 名 高等院校传媒与影视艺术类专业精品规划教材
总 主 编 李跃森
总 策 划 游 浩
书 名 影视美学
主 编 刘 宁 金 卓
责任编辑 李建钊 编辑热线 010-82893902
审读编辑 经 晶

印 刷 北京紫瑞利印刷有限公司
开 本 787×1092 1/16 印张 17.5 字数 352千
版 次 2014年6月第1版 2014年6月第1次印刷
ISBN 978-7-305-13244-5
定 价 39.80元

发行热线 025-83594756 83686452
电子邮箱 Press@NjupCo.com
Sales@NjupCo.com (市场部)

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购图书销售部门联系调换

高等院校传媒与影视艺术类专业精品规划教材

专家委员会

总 顾 问

仲呈祥 中国文联原副主席，中国文艺评论家协会主席，中国传媒大学艺术研究院院长

王丹彦 国家新闻出版广电总局中国电视艺术委员会副主任兼秘书长，中国文艺评论家协会副主席

委 员（按姓氏笔画排序）

丁亚平 中国艺术研究院电影电视艺术研究所所长、研究员、博士生导师

尹 鸿 清华大学新闻与传播学院常务副院长、教授、博士生导师

牛鸿英 陕西师范大学新闻与传播学院副院长、副教授

王一川 北京大学艺术学院院长、教授、博士生导师

厉震林 上海戏剧学院教务处处长、教授、博士生导师

石 磊 四川师范大学新闻与传播学院院长、教授

任金州 中国传媒大学原副校长、教授、博士生导师

吕新雨 复旦大学新闻学院广播电视新闻学系主任、教授、博士生导师

孙立军 北京电影学院副院长、教授、博士生导师

何苏六 中国传媒大学中国纪录片研究中心主任，电视与新闻学院副院长、教授、博士生导师

张 吕 长沙大学中文与影视传播系主任、教授

张同道 北京师范大学艺术与传媒学院教授、博士生导师、纪录片中心主任

张育华 中国传媒大学教务处处长、教授、博士生导师

张智华 北京师范大学艺术与传媒学院教授、博士生导师

时统宇 中国社会科学院新闻与传播研究所研究员

李树榕 内蒙古大学艺术学院教授

沈国芳 南京师范大学文学院影视系主任、教授

肖永亮 北京师范大学艺术与传媒学院副院长、教授、博士生导师

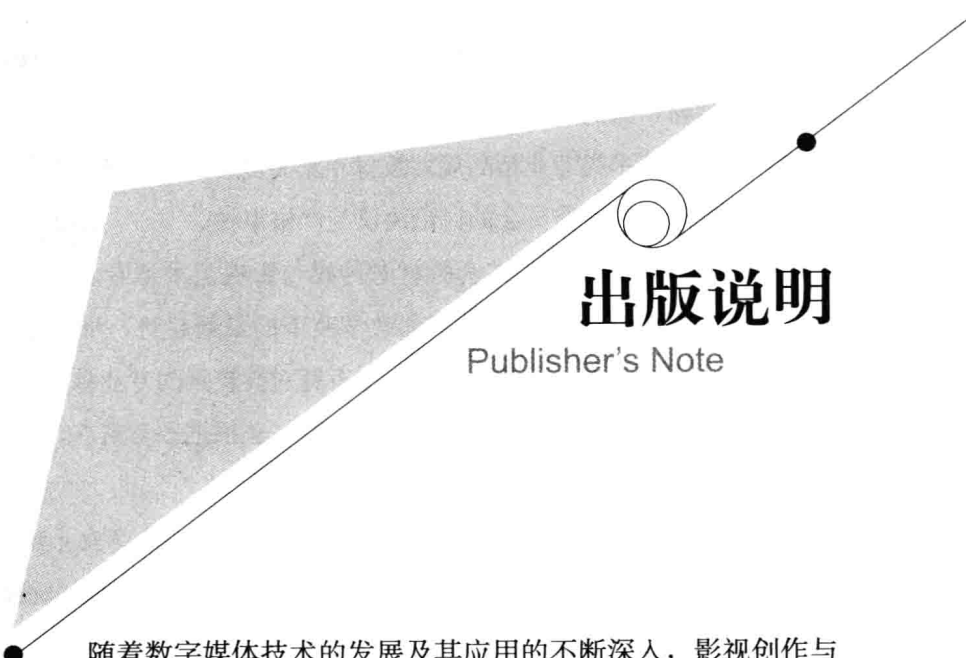
陈 龙 苏州大学凤凰传媒学院副院长、教授、博士生导师

陈 玮 国家新闻出版广电总局电视剧管理司调研员、高级编辑

陈咏芹 广东外语外贸大学中国语言文化学院教授

周 凯 南京大学新闻传播学院广播电视与新媒体系主任、副教授

周 星 北京师范大学艺术与传媒学院院长、教授、博士生导师
周安华 南京大学戏剧影视艺术系教授、博士生导师
欧阳宏生 四川大学新闻传播研究所所长、教授、博士生导师
罗共和 四川师范大学电影电视学院院长、教授
范志忠 浙江大学广播电影电视研究所所长、教授、博士生导师
郑淑梅 浙江大学人文学院中国语言文学系副教授
俞 虹 北京大学新闻与传播学院副院长、教授、博士生导师
胡智锋 中国传媒大学教授、博士生导师,《现代传播》主编,中国高等院校
影视学会会长
倪祥保 苏州大学影视研究所所长、教授、博士生导师
高 钢 中国人民大学新闻学院教授、博士生导师,中国高等教育学会新闻
学与传播学专业委员会理事长
高晓虹 中国传媒大学新闻传播学部部长,电视与新闻传播学院院长、教授
崔保国 清华大学新闻与传播学院副院长、教授、博士生导师
康 尔 南京大学艺术研究院副院长、教授
彭文祥 中国传媒大学艺术学部副学部长、教授、博士生导师
彭吉象 重庆大学美视电影学院常务副院长、教授、博士生导师
彭祝斌 湖南大学新闻传播与影视艺术学院院长、教授、博士生导师
焦素娥 信阳师范学院传媒学院院长、教授
路海波 中央戏剧学院教授、博士生导师
蔡 骥 湖南师范大学新闻与传播学院院长、教授、博士生导师
魏南江 南京师范大学文学院教授、博士生导师



出版说明

Publisher's Note

随着数字媒体技术的发展及其应用的不断深入，影视创作与审美进入了一个全新的时代，加之文化创意产业在全球范围内的快速增长，传媒与影视产业已然成为当今社会集中体现一个国家文化软实力的载体。产业的发展离不开专业人才的支撑。专业人才的培养植根于传媒与影视教育的培养目标和过程之中，建立在传媒与影视艺术知识传播、转化与应用的基础之上。

人才培养，知识传播，教材是重中之重。随着《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020年）》的出台，普通高等教育教材建设也取得了阶段性成果。为了进一步全面贯彻落实“纲要”精神，顺应文化大发展的社会需要，我们经过广泛征求教育领域重点院校和机构的领导及传媒业界权威专家、学者的建议和意见，特策划出版了本套“高等院校传媒与影视艺术类专业精品规划教材”。

本套教材力求系统、全面地反映大传媒时代传媒与影视艺术领域的整体面貌和最新发展趋势，吸纳当代传媒研究特别是新媒体研究领域的最新成果。本套教材特色如下：

一、编者水平过硬。本套教材的参编人员大都是来自相关研究机构的学者或高等院校的一线教师，有着很深的专业造诣，熟悉业界最新动态，资历高，业务熟，经验丰富，其中不乏成绩斐然者。

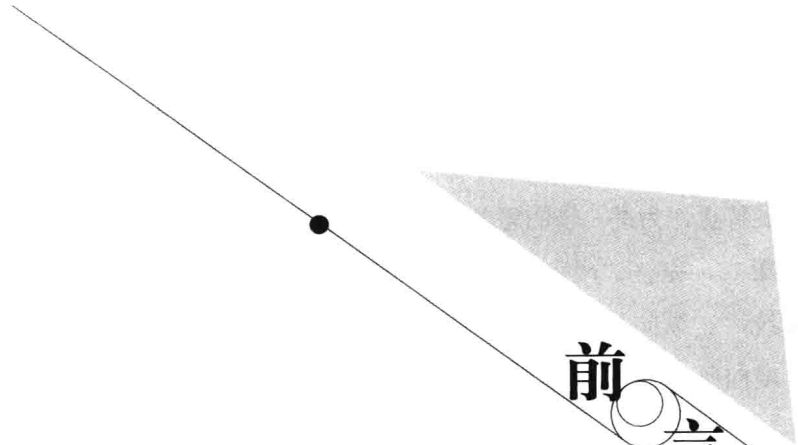
二、专家权威保障。为将本套教材打造成为一套高起点、高品质、高视野的精品教材，我们专门成立了由全国知名机构和院校权威专家组成的高等院校传媒与影视艺术类专业精品规划教材专家委员会。教材从选题策划到最终编辑成书，都经过专家委员会的讨论决议与严格审核。

三、强化专业融合。本套教材融传媒与影视艺术类的知识为一体，体现了大传媒时代人才培养模式和教学改革的最新趋势，形态新颖，类别全面。既有适用面广的基础课程教材，也有针对性较强的专业核心课程教材，还有操作性强的实践类教材，全面系统。同时，还根据教学需求，提供了部分数字化教学课件。

在此，由衷感谢本套教材总顾问仲呈祥先生和王丹彦女士给予的大力支持，感谢专家委员会为提升教材品质所做的努力，感谢《中国电视》理事会对本套教材出版给予的大力支持，感谢各大传媒、影视学院及机构给予的热心帮助，是他们的辛勤付出成就了本套教材！希望本套教材对培育新一代的传媒与影视艺术人才有所裨益，能在推动社会主义文化大发展、大繁荣中做出贡献！

南京大学出版社

《高等院校传媒与影视艺术类专业精品规划教材》编委会



前言

Foreword

影视艺术虽然起步较晚，却是20世纪发展最迅猛，社会影响力最大的艺术样式。其表现之一，也是促使其快速发展的因素之一，是高等院校影视艺术教育的兴起和发展。本书为“高等院校传媒与影视艺术类专业精品规划教材”，为适应学科发展和人才培养的需要而编写。

从影视美学的研究状况来看，电影美学比电视美学形成得早，研究更深入、系统、多样。相比西方来说，中国的影视美学起步较晚，在创新性以及研究深度方面还有些差距。从学科发展的角度来说，积极借鉴西方的研究成果，形成中国自己的学科研究特点，打破电影与电视之间的壁垒，从更高层面上对二者进行综合性研究，无论对学科的发展，还是对综合性人才的培养都有很大的益处。本书立足中西影视美学已有研究成果，综合利用哲学美学、社会学、心理学等方法，对影视美学的学科定位、研究方法、本质、特征、创作主体、创作过程及接受过程中的美学规律和审美特征进行了深入而全面的阐述。

目前国内出版发行的影视美学教材已有多部，与同类教材相比，本教材具有以下特点：

第一，开放的知识呈现。本书立足影视美学学科的发展，对该领域的研究历史与当下的研究现状做了宏观、细致的综合论述和理论概括。从研究的角度来说，教材应该拓展学生的视野，为学生全面呈现学科发展状况和研究状况，让学生自主思考，而不是强加给他们一个一般性的，甚至是陈旧的观点。基于这一编写思路，本书对影视美学中有争议的问题，没有给出唯一的结论，而是从学科发展的角度对其研究状况、存在问题及发展趋势进行了梳理和概括，以此开拓阅读者的理论视野，使其了解不同时期

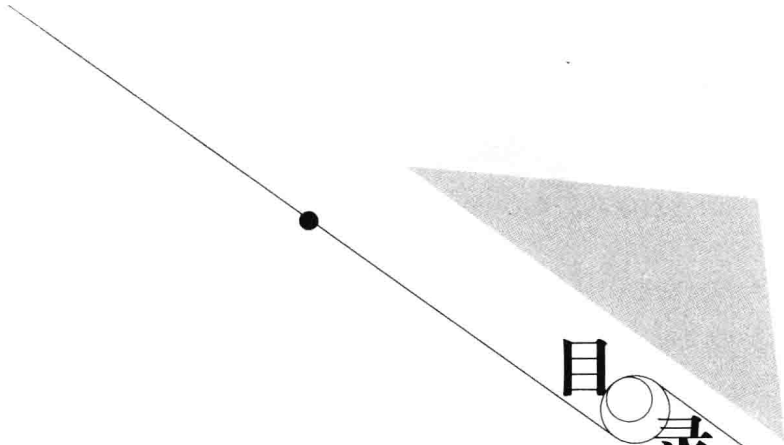
的发展特点，为进一步的思考和深入研究打下基础。

第二，完整、严密的逻辑体系。本书遵循理论与实践相统一、逻辑与历史相统一、纵向与横向相统一、个性与共性相统一的原则；以纵向研究为经线，横向研究为纬线；以共性研究为主，个性比较为辅，全面介绍了影视艺术的本质特征与发展规律，同时又尽可能地恢复现象的生动性与鲜活性，及其历史发展状况。全书以美学、艺术学、影视理论中的核心概念与范畴为基础，以美的本质与影视艺术的审美本质为逻辑起点，以“创作主体—创作过程—艺术作品—艺术接受”这一动态过程中的审美特征与美学规律为逻辑中介，最终上升到对人类审美文化中影视艺术特征与影响的研究。整个体系按照从抽象到具体、从静态到动态、从微观到宏观、从局部到整体的研究思路来组织建构，整个逻辑体系比较完整、严密。

第三，关注电视美学以及中国影视美学的发展。正如之前所说，与电影美学以及西方影视美学的研究状况相比，学界对电视美学和中国影视美学的研究不够重视，在很多影视美学著作中，这一部分往往被忽略掉，或者被一带而过。本书为了弥补这一不足，通过对大量研究材料的梳理和概括，尽量呈现出电视美学和中国影视美学的研究现状及发展特点，希望能为该领域的研究提供更多参考。

本书在编写过程中参阅了大量的理论著作和文章，在此向这些作者表示感谢。书中存在的错误和不足，也恳请各位读者和专家、同人指正。

编 者



目录

Contents

第一章 概论 001

- 第一节 影视美学的学科定位·····001
 - 一、影视美学 ·····001
 - 二、影视美学与其他学科的关系 ·····002
- 第二节 影视美学的主要研究方法·····004
 - 一、哲学美学方法 ·····005
 - 二、心理学方法 ·····006
 - 三、社会学方法 ·····007
- 第三节 影视美学的建构原则·····008
 - 一、理论与实践的统一 ·····008
 - 二、逻辑与历史的统一 ·····009
 - 三、纵向与横向的统一 ·····009
 - 四、共性与个性的统一 ·····010

第二章 影视美学的发展 011

- 第一节 电影美学的发展·····011
 - 一、西方电影美学的发展 ·····011
 - 二、中国电影美学的发展 ·····041
- 第二节 电视美学的发展·····043
 - 一、西方电视美学的发展 ·····043
 - 二、中国电视美学的发展 ·····050

第三章 影视艺术的审美本质及审美特征 057

第一节 影视艺术的审美本质及审美规律·····	057
一、美的本质·····	057
二、艺术的本质·····	061
三、影视艺术的审美本质·····	064
四、影视艺术的审美规律·····	066
第二节 影视艺术的审美特征·····	068
一、技术性与综合性·····	068
二、真实性与假定性·····	076
三、时间性与空间性·····	081
第三节 电影与电视艺术的审美差异·····	085
一、创作过程中的差异·····	087
二、作品形态中的差异·····	089
三、传播过程中的差异·····	090
四、接受过程中的差异·····	092

第四章 影视艺术创作的美学规律 095

第一节 影视艺术创作主体与创作·····	095
一、影视艺术的创作主体·····	095
二、影视艺术创作主体的创作·····	098
第二节 影视创作过程的审美心理描述·····	122
一、影视创作动机·····	122
二、影视创作主体的审美情感与审美想象·····	125
三、影视构思的心理特征·····	131
四、影视表现的心理特征·····	134

第五章 影视语言、类型及其审美特性 143

第一节 影视语言及其审美特性·····	143
一、视觉元素·····	144
二、听觉元素·····	151
三、视听结合·····	159

四、蒙太奇与长镜头	161
第二节 影视艺术的类型与审美品格	167
一、影视艺术的分类	168
二、类型电影及其发展	168
三、电影类型及其审美品格	170
四、类型电视剧的审美品格	185
五、电视节目类型及其审美品格	187

第六章 影视艺术的审美接受 191

第一节 审美接受过程与审美心理	191
一、准备阶段	191
二、初级阶段	194
三、高级阶段	199
第二节 影视欣赏与影视批评	205
一、影视欣赏	205
二、影视批评	207
三、影视欣赏和影视批评的关系	214
第三节 影视艺术的审美功能	215
一、艺术的功能	215
二、影视艺术的功能	216
三、电影和电视的审美功能比较	220

第七章 影视审美文化 224

第一节 大众传媒与影视文化	224
一、信息传播方式的发展与影视文化的产生	224
二、影视艺术的文化特征	230
三、影视艺术的文化影响力	235
第二节 电影文化	239
一、中国电影的文化分析	240
二、西方电影的文化分析	250

第三节 电视文化·····	256
一、电视文化的主要特征 ·····	257
二、电视文化与意识形态 ·····	260
三、电视文化的功能 ·····	261
四、中国电视文化的现状 ·····	263
五、中国电视文化的实践 ·····	264

参考文献**267**

第一章

概论



第一节 影视美学的学科定位

一、影视美学

影视美学属于美学的一个分支，是从审美的角度对影视艺术活动整体所做的理论观照，以现代美学的观念、思维和方法为指导，结合心理学、社会学、伦理学等学科的方法，将电影电视作为一个自身生成与发展的运动过程进行系统而综合的研究。

电影诞生于1895年，其一百多年的历史造就了丰富的电影美学流派，而以媒介身份问世的电视，其独立的艺术性一直存在质疑之声，电视美学的发展也相对滞后。由于电影艺术和电视艺术在制作手段、表现形式、传播媒介与接受方式等方面存在很大的差异，从而导致二者的审美品格、审美规律也有着明显的区别。关于将电影美学与电视美学视作截然对立的两个学科，还是从其共性出发，将二者整合为影视美学的讨论自20世纪80年代后期就已经在国内理论界展开，并形成了比较大的争议。有学者将当时的观点归纳为：影视“同一”说、影视“独立”说、影视“边缘”说、寻求“个性”说等。^①

从当下的理论发展状态来看，从审美的角度将电影与电视作为一个整体来研究，有可能性，也有必要性。电影与电视作为现代影像传播形式，存在众多共性，如都以画面和声音作为艺术表达的手段；都诉诸观众的视觉和听觉；都能够打破现实生活中的时空局限，灵活地处理时间和空间等。也正是基于这些共性，将二者整合起来研究，可以打破传统的学科壁垒，从更宏观、整体的角度对两种艺术形式进行深入分析。当然，“影视美学”并非只是“电影美学”与“电视美学”的简单相加，其研究范畴远比二者相加要大。影与视的合称是作为一个新的整体出现的，它既要关涉电影

^① 张凤铸：《发挥优势，强化特色——电视剧理论与实践管窥》，《北京广播学院学报》1989年第1期。

与电视的美学，又有自己作为影视整体观念的话语和理论建构。同时，“影视美学”的提出可以将电影美学中较成熟的理论置入电视中去，弥补电视在美学上的失语和不足。另外，电视节目的不断推陈出新，也给电影带来了新的启示和契机。

在现代美学看来，影视美学的研究对象，主要是影视活动自身的美学进程和它满足人的精神自由欲望的可能性与现实性，包括对影视的审美特性与形态、结构与机制、思维与媒介、创造与欣赏、风格与批评、功能与潜能等根本问题的综合性、系统性研究。影视美学更注重的是影视艺术内所含的思想，影视艺术与现实、社会、世界和人的关系。因此还需要研究影视作品背后的文化哲学思维和文艺思潮，观众与影视艺术间的审美关系；尤其要着重研究影视的当代形态、审美走向和审美潜能，以实现当代人对自身、世界和宇宙的全方位的动态审美掌握。而影视美学的任务，便是为当代影视活动提供战略目标和理论依据。

随着影视艺术和美学研究的发展，影视美学的研究对象与范围也在不断地拓展与变化。20世纪六七十年代以来，影视美学研究已走入了一个综合化、细密化的开放空间，影视哲学、影视社会学、影视心理学、影视社会心理学、影视符号学、影视叙事学等学科的出现，新的研究方法和多种手段的运用，使影视美学的内涵和外延始终处在丰富、扩展的动态过程之中。

二、影视美学与其他学科的关系

1. 影视美学与美学

影视美学属于美学的一个分支，二者的研究对象、研究范围及逻辑起点都不相同。

美学的发展经历了一个从审美意识到美学思想再到美学学科的发展过程。美学作为独立的学科是从18世纪德国的鲍姆嘉登开始的。它建立在西方自古希腊以来历代思想家的美学思想和美学理论的基础之上，是以往美学理论的体系化、科学化。鲍姆嘉登之后，西方美学的发展经历了德国古典美学、马克思主义美学、西方近现代美学三个重要阶段。从17世纪开始，美学从本体论阶段向认识论阶段过渡。19世纪中叶以后，随着心理学美学的发展，美学研究逐渐脱离了“美是什么”的纯哲学讨论，更加侧重“在美感经验中我们的心理活动如何”这种审美心理的描述，把美学逐渐变成一种经验描述科学，美学方法也由“自上而下”的研究方法向“自下而上”的研究方法转化。20世纪的美学形成一股强烈的反传统潮流。它一方面是对传统形而上学的反叛和对经验实证方法的张扬，另一方面是对理性主义的反叛和对人的非理性的张扬，并在此基础上逐步形成了科学主义美学与人本主义美学两大思潮。

美学是以审美经验为核心，研究美、美感和艺术的学科。美学主要研究美与审美的一般规律，主要包括审美活动、审美关系、审美对象、审美意识、审美范畴、审美

类型和艺术等具体内容,以美和美感本质为逻辑起点,以美与审美相统一的典型形态的艺术作为逻辑终点。因此美学研究的是美和审美的一般问题、规律。

艺术美学(或文艺美学)以美学的逻辑终点为自己的逻辑起点,以艺术样式为逻辑终点。它从艺术最抽象的审美本质出发,主要研究艺术的审美规律、审美特征,艺术类型审美品格,艺术创作和接受中的美学规律等,研究的是艺术一般的审美规律和美学特征。

影视美学以艺术美学的逻辑终点为起点,从影视艺术的审美本质出发,主要研究影视活动,包括影视创作、传播、接受,以及影视艺术自身的审美特征和美学规律。

目前,中国当代美学研究大致可分成如下几大板块:

① 美学原理(基础)研究,如美的本质、审美关系的一般理论、美的分类、美的形态等。

② 中国古典美学,分为中国美学史和各种学术流派的美学观点的研究,如儒、道、佛的美学思想及其相互关系等。

③ 西方美学,包括西方经典(传统)美学,现代西方美学和后现代主义的美学(抑或是某种程度上的“反美学”),也可从历史和学派、思潮的角度去作研究。

④ 中外美学比较研究,重点是中西美学比较。

⑤ 门类美学,如小说美学、诗歌美学、书法美学、音乐美学、绘画美学、雕塑美学、影视美学、舞蹈美学、建筑美学等。

⑥ 实用美学(技术美学),如音响美学、摄影美学、工艺美学、旅游美学、包装装潢美学、广告美学、服饰美学、设计美学等。

从美学研究的分类来看,影视美学属于门类美学中的一种。鉴于影视艺术有赖于技术的特点,它又必然与实用美学相关。另外,不管是何种美学,其研究都会受到文化演变和走向的影响,尤其是影视艺术同大众文化、传播学的关系更为直接,受当代文化的影响特别深刻,同时又深刻地反作用于当代的文化走向。总体来说,电影美学既有哲学属性,又具社会属性、人文属性,同时也有其工业化和技术的属性,这是影视美学不同于诸如小说美学、诗歌美学、书法美学、绘画美学、舞蹈美学的复杂性的一面。

2. 影视美学与影视艺术学

影视美学的研究是以影视艺术的审美特性为核心,用美学精神来观照影视艺术,其研究方法主要以美学方法为主,以审美经验为中心,从哲学的高度在审美领域内对影视艺术的本质问题进行研究,并从影视艺术的审美形式感和审美心理机制、审美心理诸因素及其交互作用等方面进行分析解释。当然,影视美学也不完全排斥艺术社会学的角度和方法,与影视艺术学有一定程度的重合。

影视艺术学是将影视作为艺术现象进行研究的一个学科,侧重于影视作为艺术所涉及的理论和实践问题,主要包括影视理论、影视批评和影视史这三个主要部分;它的研究方法包括社会学、哲学、美学等不同方法,对影视的艺术特征和特殊表现手段

进行规律性的总结，对影视的产生、发展、创造、构成以及批评和鉴赏等各个环节进行全面的理性分析和观照。

在学术研究的现实中，“影视美学”这一名词往往成为“影视理论”的代名词，尤其是在对电影的研究中，电影美学往往被等同于电影理论。如匈牙利电影理论家巴拉兹·贝拉的被译为《电影美学》的著作本身便是对电影理论的总结，而非美学意义上的电影研究。这种用法在很多著作中出现。在一些学术论文中，对“美学”一词的运用有时甚至显得泛化而随意。比如对电影“将暴力和血腥的东西呈现为形式快感”的做法渐渐约定俗成地称为“暴力美学”，便是一例。这主要是由于人们对美学概念的意义、范围的理解不同造成的。

从学科意义上去看理解影视美学，其研究的界限和领域与影视理论既有一定的联系和重合，但又并不完全等同。从研究的范围来看，影视美学并不涉及影视艺术的所有问题和方面，只有在影视艺术作为人的审美意识的集中表现时，它才进入影视美学的研究视野。而影视理论的研究对象则要宽泛很多，而且对影视的研究也更加具体和细致。从学科的性质来看，影视美学更具有哲学意味。

3. 影视美学与影视心理学

从影视的本质来看，宏观的影视理论应该包括影视社会学、影视心理学、影视美学。影视美学与影视心理学的研究对象和研究方法有着明显的区别。

影视美学以影视艺术活动的审美特性为主要研究对象，是结合哲学美学、社会学、心理学、伦理学、生存实践论等方法所做的理论研究。影视心理学是艺术门类心理学，是诞生在影视学和心理学交叉领域的边缘性学科。它旨在揭示影视艺术活动（创作、欣赏、评论、管理等）的心理规律，剖析影视创作主体、欣赏主体、评论主体、管理主体的心理状态及规律，进而构成自己独特的理论框架和体系。影视心理学主要由两部分内容组成：一是侧重研究影视艺术的心理机制，影视艺术家的个性心理结构、创作的心理过程；二是探讨观众、批评家和管理人员的心理机制、心理过程。影视心理学的研究中心仍然是人，是创作、欣赏、批评、管理等电影活动的参与主体。

由于影视美学也包括创作和接受环节的审美心理研究，因此，广义上的影视美学也包含影视心理学的部分研究。



第二节 影视美学的主要研究方法

学科独立需要具备几个方面的条件：独立的研究对象和研究范围，独立的术语、