



全国普通高等教育“十二五”应用型人才培养重点规划教材

YINGSHI WENXUE

余琍萍 方一舟◎主编

影视文学

053. 41 00.02

Hour

Minute

Second

Prod.	movie name	
Director	Director name	
Camera	IV	Roll / 9
Scene	# 3/87/20	Ext. / 32
Date	15. 02. 2009	Take / 7



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

全国普通高等教育“十二五”应用型人才培养重点规划教材

影 视 文 学

余琍萍 方一舟 主编

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

影视文学 / 余琍萍, 方一舟主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2012. 1

ISBN 978 - 7 - 5640 - 5418 - 2

I. ①影… II. ①余… ②方… III. ①电影文学—高等学校—教材 ②电视文学—高等学校—教材 IV. ①I053. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 270868 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京兆成印刷有限责任公司

开 本 / 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 / 10

字 数 / 230 千字

版 次 / 2012 年 1 月第 1 版 2012 年 1 月第 1 次印刷

印 数 / 1~4000 册

定 价 / 23.00 元

责任编辑 / 袁 媛

/ 张慧峰

责任校对 / 杨 露

/ 陈玉梅

责任印制 / 王美丽

图书出现印装质量问题, 本社负责调换

目 录

绪论	1
第一章 影视艺术的特性	3
第一节 人类传统艺术形式的交融与再生	3
第二节 最普泛的大众文化媒体	5
第三节 现代高科技的产物	7
第四节 影视文化产业	9
第二章 影视艺术的形式要素与审美特征	12
第一节 影视艺术的分类与样式	12
第二节 影视艺术的形式要素与艺术手段	18
第三章 世界电影美学简史	25
第一节 世界电影艺术的形成期(1895—1930)	25
第二节 世界电影的成熟期(1930—1966)	28
第三节 世界电影的发展期(1966—)	40
第四章 世界电视艺术发展简史	45
第一节 电视的诞生与电视艺术的争议	45
第二节 世界电视艺术的形成和发展	46
第五章 中国电影艺术简史	50
第一节 中国早期电影	50
第二节 第三代导演与“十七年”	51
第三节 第四、五、六代导演	53
第四节 20 世纪 90 年代中国电影的走向	56
第五节 中国港台电影	57
第六章 著名导演的导演艺术	61
第一节 外国著名导演的导演艺术	61
第二节 中国著名导演的导演艺术	73
第七章 优秀电影作品欣赏	82
第一节 外国优秀电影作品欣赏	82
第二节 中国优秀电影作品欣赏	96
第八章 著名表演艺术家的表演特色和创作个性	106
第一节 外国著名影视艺术家的表演特色与创作个性	106
第二节 中国著名影视艺术家的表演特色与创作个性	115

第九章 影视艺术特技·····	128
第十章 影视艺术的鉴赏与评论·····	135
第一节 影视艺术的鉴赏·····	135
第二节 影视艺术评论·····	143
附录一 观摩电影佳作选目·····	152
附录二 参考书目·····	154
后记·····	155

绪 论

1895年12月28日晚,法国人卢米埃尔兄弟在巴黎卡布辛大街14号大咖啡馆的地下“印度厅”,用他们的“活动电影机”首次售票公映了他们自己拍摄的电影。票价是每人1法郎,一部影片约17米长,10部影片只能放映10多分钟。于是,这一天就被确定为世界电影的誕生日,人类第一次在银幕上看到了鲜活逼真并且活动着的自己,这是一场人类感觉和艺术形式的巨大革命。

作为一种崭新的艺术形式,电影突破了传统的艺术方式。它以飞速发展的现代科学技术为依托,融合各种艺术形式的长处,创造出以镜头画面叙述和描写,以声画结合、镜头组接为基本特征的前所未有的艺术类型。它一问世,便以宏大的气魄迅速传播到整个世界,成为人类生活中不可或缺的精神元素。“它那五彩缤纷的画面、千曲百折的叙事、绘声绘色的视听冲击,以及它那‘缺席的在场’所带来的逼真感与想象性的高度融合,使它‘最大限度地’克服了人类艺术用‘通感’、用‘创造瞬间’、用‘语言形象’等各种手段仍然难以克服的镜与灯、声与像、画面与线的美学对立,创造了一种空间与时间、视觉与听觉、表现与再现一体化的艺术样式,从而成为20世纪人类艺术的新宠。”^①

今天,影视艺术在人类文化艺术传播中占有越来越重要的地位,研究和普及影视文化,越来越引起世界各国的重视。据统计,20世纪60年代初,美国只有9所大学设立电影电视系,而到20世纪80年代,美国开设电影电视课的大学便已猛增到1000多所。自20世纪90年代以来,影视文化产业已上升为美国国民经济的支柱产业,各大学的影视专业日益增多,各校开设的影视艺术课程更是大幅度增加。影视艺术日益成为文化教育和审美教育中的一项重要内容。

无疑,面对影视这样一种最普泛的大众文化媒体,我国当代青年、当代大学生理所当然地应当具有相应的艺术创造和艺术鉴赏能力。因此,对影视艺术鉴赏能力的培养,就成为我国当代大学生人文素质教育的一个重要组成部分,成为提高我国青年审美素质,全面提升中华民族文化素养的一个重要方面。

进行审美鉴赏必须具备能够欣赏形式美的审美感官。在艺术欣赏中,艺术作品与欣赏主体构成了一种对应关系,欣赏主体通过感觉直接感知作品的内容和形式,形成主体与作品的对象性联系。在艺术欣赏中,同一部作品,对于知音来说,它是“巍巍乎高山,汤汤乎流水”,对于不懂艺术的接受者,它却只能是“对牛弹琴”。所以,马克思说:“如果你愿意欣赏艺术,你就必须是一个有艺术修养的人。”^②任何一种艺术,都有它自身的形式发展史和内在规定性。欣赏一种艺术,欣赏主体除了要具有天生的感悟力外,还必须通过长期的审美实践建立和培养欣赏这种艺术的能力。否则就会出现面对艺术却视而不见,充耳不闻,不知何为美的情形。每一种独特的艺术类别,如音乐,或者音乐中的每一种更小的分类,如声乐、器乐等,都会对欣赏者的能力提出特定的要求,更何况音乐与绘画及其他造型艺术存在

① 尹鸿:《镜像阅读》,1页,深圳,海天出版社,1999。

② 《马克思恩格斯全集》,第42卷,125页,北京,人民出版社,1999。

区别。因为，“眼睛对对象的感受不同于耳朵，眼睛的对象是与耳朵的对象不同的”^①。

同样，作为视觉文化的创造，电影在人类审美活动中也引发了一场视觉审美能力的革命性变革。感性，是人类美学历史中的第一块基石，也是接受主体进行艺术欣赏的逻辑的和现实的起点。自古以来，人们一直习惯于用文学的、绘画的、雕塑的或戏剧的审美方式来感受艺术，从而获得审美的愉悦。而现在，电影的出现，大大改变或丰富着人类艺术地掌握世界的方式。运动着的视觉形象给人们的心灵以极大的冲击，人类第一次在巴黎大咖啡厅地下室观看“电影”这个怪物时，银幕上下起雨来，有观众甚至赶快撑开了雨伞，而当银幕上火车隆隆驶来时，观众甚至有点惊恐不安。数年后，当美国人第一次看到格里菲斯的电影大特写镜头时，竟有人认为“那是一个被割断的头颅”在向他们微笑，因而感到恐怖至极。实际上，人类创造了电影这一伟大的艺术新形式，而艺术对象则“创造出懂得艺术和具有审美能力的大众”。“生产不仅为主体生产对象，而且也为对象生产主体”。影视艺术的形式特征及其审美方式，塑造着、陶冶着、涵养着懂得艺术的大众。自电影诞生至今，人们就一直在不停地学习着“看”电影的方式。人们学会了自动地将一个个孤立的蒙太奇连接为完整的画面，学会了欣赏画面的纵深感，学会了体味电影艺术的象征、隐喻、意义和意味，以及它那“超级的思想感染力”。每一种电影艺术探索出的新形式，都在教观众如何去“看”电影。

艺术的审美欣赏活动按照马克思所说，是人“在他所创造的世界中直观自身”的一种方式。影视艺术说到底还是人的艺术。千山万水总关情，影视艺术是直通人心深处——人类情感世界的艺术。它最直接、最具体地展现人类活动着的生存状态，是与人类的生命最密切相关的艺术。它让人类虚拟地、想象地体验另一种生活，最通俗最具体，也最丰富最深刻。艺术的欣赏交流是双向建构的审美实践活动，它既肯定了作者的创造，也肯定了观众的创造，是人对自己本质力量全面自我肯定的形式。

作者和观众的独特本质在两种创造中都得到了对象化，因而他们都从中欣赏到了自己生命的表现，并因而感受到生命的乐趣。同时，作者的创造通过观众的创造获得确证，观众的创造又因为对艺术的阐释、欣赏和评价而获得作者的确证。因为在作者创造的这面“镜子”中，读者看到了“我的人的本质，我的社会的本质”，看到作者的创造成为自己不可分割的一部分，因而心神激荡，神志俱悦。于是，个人的需要通过社会实践被提升为类的需要，个人的本质被提升为类的本质，个人的生活显现被提升为类的生活显现。从而个人在任何人所创造的美的产品上，都能够反观人类变革世界的本质力量，从而获得美的愉悦。

^① 《马克思恩格斯全集》，第42卷，125页，北京，人民出版社，1999。

第一章 影视艺术的特性

第一节 人类传统艺术形式的交融与再生

电影艺术的诞生不仅创造了新的艺术作品,而且使人类获得了一种新的能力,用以感受和理解这种新的艺术。

影视艺术是传统艺术资源与现代艺术和技术充分交融的结果,是多种时间艺术和空间艺术的有机综合。在人类艺术史上,影视艺术是已经成熟定型的最年轻的艺术样式。它不可避免地要受到其他艺术的影响,并从中汲取有益于自身的艺术精华。它集造型艺术、表演艺术和语言艺术于一身,并运用摄影、剪辑和录音等艺术工序上的新技术手段。迄今为止,还没有另外一种艺术像影视艺术一样包含了如此众多的艺术因素。费雷里赫在《银幕的创作》一书中说:“电影可以说是发生在其他艺术的交叉点上。它同绘画和雕塑的相近在于视觉形象的感染力;同音乐的相近在于通过各种音响而构成的和谐感和节奏感;同文学的相近在于它能通过情节反映现实世界的一切联系和关系;同戏剧的相近在于演员的艺术。”所以说,影视艺术是一门典型的交叉综合艺术。

影视向造型艺术学习了几乎所有的造型手段。造型艺术的线、形、光、色、影和构图,在影视中表现为可视的影视画面,是影视最基本的构成单位之一,包括属于内容要素的银(屏)幕影像,属于形式要素的景框和构图。

画面影像由人、景、物、光和色一系列物质性的视觉元素组成的。其中,人是影视故事片视觉形象的中心,人的肖像造型和动作造型是影视视觉造型的最直接表现。有特色的影视明星的肖像和动作是无法替代的,所以一个明星往往代表了一个时代。嘉宝是西方默片时代的象征;英格丽·褒曼是文艺片的象征;三浦友和与山口百惠是纯情片的象征;约翰·韦恩的西部硬汉牛仔形象,代表了美国西部片。景物造型是影视画面不可分割的部分,导演们像选主角一样选择独特的景物。张艺谋为拍《红高粱》,开拍的前一年就先种了几百亩的高粱。昂立哥的《老枪》中那个法国北部的古堡造型,为影片添色不少。自然环境和人融于一体时,就出现了以环境为主要依托、影响导演意图的氛围造型。物件和细节造型由于可视性的强化,在影视中上升为造型手段的重要部分。光的造型不仅仅是使观众看清楚,而且通过光的性质、质感、方向和强度,产生光影艺术效果,从而既刻画人物形象,又创造情绪气氛。而色彩造型则能增加视觉真实性,同时也体现社会性、时代性、地域性和习俗性等非自然感受,强化影视片的主题。比如《黄土地》中的土黄,《红高粱》中的暗红,《蓝色》中的深蓝色彩的运用,便是很典型、很成功的例子。

影视景框指的是银(屏)幕,类似于绘画的画框,它对影像活动起着限定作用,其规格大小直接影响视觉美感。传统的电影银幕纵横比是1:1.33,现在让给电视了。宽银幕电影引入黄金分割原则,将纵横比定为1:1.618左右。大银幕使镜头的自由选择成为可能,使画面具有了一种长卷绘图的意味,从而更加符合观众的原始审美愿望,使其感到威慑和震撼,

获得愉快开阔的审美视野。在武打片一类的影视片中,矩形的边框还成为影像激烈运动的参考框架,在不断突破和冲撞边框中,提高视觉冲击力。影视构图则是对框内造型因素的安排,也称影视镜头造型,可分为景别造型和运动造型两种。其中,影视的特写镜头类似绘画的细节放大,具有非常独特的艺术造型力量,集中表现了人物神态的细微变化以及物件的象征意味,被贝拉·巴拉兹称做“无声的独白”和“微相学”。

影视向戏剧艺术学习了表演。首先将电影引向戏剧道路的是法国早期电影大师乔治·梅里爱。他不仅把自己主持的剧院表演的魔术节目拍成了电影,发展了“电影魔术”技巧,而且通过几百部的戏剧式电影的拍摄,建立起戏剧电影观念雏形,使戏剧的冲突和角色进入影视艺术。现在广为流行的电视剧就是以戏剧冲突为主要审美依据的最主要的电视艺术品种。历史上,1927—1945年,以好莱坞为中心曾形成过影响巨大的戏剧式电影结构模式,它模仿戏剧的“冲突律”,强调戏剧性高于电影性,被称为传统式电影结构,《魂断蓝桥》便是其中很典型的作品。现代的情节电影就是戏剧电影的发展,在当时受到广泛的欢迎,连法斯宾德在拍《玛丽娅·布劳恩的婚姻》时也说要学习一种纯粹的戏剧表现方式。

但戏剧对影视最主要的影响还是表演。早期的电影演员几乎都是戏剧演员,现代的很多电影演员也是从戏剧转行而来的,所以表演中经常流露出夸张的表情、使用夸张的动作和手势。喜剧大师卓别林的哑剧表演首先就是一种戏剧表演。戏剧表演的理论也极大地影响了影视表演,比如斯坦尼斯拉夫斯基完整的体验派表演美学和法兰西戏剧学院的表现派表演美学,就对影视表演产生过有益的影响。此外,从角色创造和生活体验角度看,戏剧表演和影视表演也有着很多的相通之处。

影视对文学的借鉴和汲取最多。影视从文学那儿学习了诗的抒情、散文的纪实、小说的叙事和戏剧文学的冲突。文学构成了影视最坚实的基础,是影视“古老的艺术母亲”。草创期的电影,摄影师就是一切,包揽了写提纲、导演、摄影和剪辑等诸多工作。影视要想提高艺术性,非依靠文学不可。波布克在《电影的元素》一书中认为,无论怎么样,文学仍是电影最大的表现手段。如果强调综合性的话,文学应是影视最大的被综合因素,文学性的好坏直接影响影视创作的成败。有一个流行的说法,将成功的剧本拍成失败影片的情况有,将成功的剧本拍成成功影片的也有,但将失败的剧本拍成成功影片的绝对没有。文学剧本的重要性由此可见一斑。在电影史上,很多经典影片都是由文学名著改编的。从20世纪20年代开始,几乎每一部引起美国社会轰动的文学作品,都被好莱坞拍成了影视片。据统计,近几年好莱坞制作的影片中的60%~80%是由文学作品改编而来的,“文学电影”和“电影文学”成为一个时兴的概念。在我国,第五代导演张艺谋的《红高粱》《菊豆》《大红灯笼高高挂》等作品,也都是根据当代小说改编的。

影视还交融了声音手段,不仅使“伟大的哑巴”开口说了话,而且使音乐进入影视,成为它的有机组成部分。默片时代以字幕代替声音,使得电影镜头过多,观赏流程被打断,节奏减慢,情绪表达不充分、不明确。有了声音之后,声音成为独立的艺术形象,有了丰富的想象空间。同期声、有声源音响、高保真声音技术的运用,更是大大提高了影视的真实性。巴赞甚至评论说,有声电影为默片时代的电影语言的某些美学原则敲响了丧钟。现在,音响美感已充溢于影视艺术的每一个角落。

影视艺术同传统艺术的交融,绝不是机械的相加或混合。各门艺术进入影视之后,均被“同化”,融入了影视体内,发生了“电影化”的质的变化,获得了再生性的艺术独立韵味。

过去,人们对电影有过各种不同的形象说法:“铁盒子里的戏剧”“光的音乐”“动的绘画”“形象的文学”“视觉的诗”,但只是说明传统艺术因素融入了影视,却未能揭示影视在吸取传统艺术的精华之后所展现的成熟性和独立性风范。比如,戏剧和影视有着天然的血缘关系,共同点很多,但戏剧中的表演结构、人物、语言、服装、道具、灯光、舞台等诸元素进入影视后,在银(屏)幕上已发生了根本的变化,由此获得的艺术真实感和艺术核心都完全不一样了。乔治·鲁东在《从小说到电影》中说:“电影不是让人想的,电影是给人看的。”戏剧中内心独白等的高声诉说,在影视的特定镜头下绝对会暴露其不真实性,显得装腔作势。又比如影视和小说,两者都有很强的叙事能力。小说能详尽无遗地充分反映现实世界及其一切关系,却不能用视觉形象和活生生的语言声调去感染人;而影视则在小说叙事技巧的基础上尽情地突出视觉效果。

影视艺术交融了传统艺术,具备了“综合性”,是一种综合艺术。如果从再生性角度来理解,影视艺术的综合之所以不同于戏剧的综合,是因为它拥有的是充分电影电视化了的高度综合。首先,很多艺术有综合意向,但都只是间接的综合,而影视则是直接的综合。比如“诗中有画”“画中有诗”,交响乐和长轴画卷,表现了一种艺术渴望另一种艺术,时间、空间艺术相互需求的综合意向,但并不直接,不像影视艺术可以直接让其他艺术进入自己的领域。其次,很多艺术的综合都有数量上的局限,而影视艺术则是全面的综合,它既是各艺术因素的综合,更是商品性和意识形态的综合,也是艺术和技术的综合,视觉和听觉、时间和空间的综合,最后,还有创作上的集体力量和智慧的综合。据统计,一部电影的制作竟要246个行业的通力合作。

这一切都说明传统艺术以自己的艺术营养滋润了影视艺术,而影视艺术则以自己独有的对现实生活的“亲近性”美感,消化吸收了传统艺术。它不再是某些人眼中的“大杂烩”,而是传统艺术交融后的再生,具备了独立性,而且不断地成熟着。当然,影视艺术并不是完美的,它来自传统艺术,但并不凌驾于传统艺术之上。它不能充分表达诗的意境、小说的细腻、画的精美、戏剧表演中程式化的形式美,但它在不能替代其他艺术的同时,也不会让其他艺术替代自己。

第二节 最普泛的大众文化媒体

影视艺术是有着显著现代意味的艺术文化,与传统艺术的受众面相比,有着雅俗共赏的大众化特性,是当今世界最普泛的大众化传播媒体。

现代大众传播媒体主要有两类:一是由报纸、杂志和书籍构成的印刷媒介系列;二是由广播、电视和电影(网络,包括影碟和录像带等副产品)构成的声光电子媒介系列。每一种媒体都有自己的优势,是别的媒体替代不了的。

相对而言,电影和电视共同构成的文化媒体的优越性其他媒体远远不能企及的,尤其是电视,本质上就是一种媒体文化(电影的本质是艺术文化,媒介性是它的附加成分),是广播媒体的发展和延伸。爱因汉姆曾说:“电视成了唯一能与生活本身相媲美的东西。”意思是强调通过屏幕将生活和世界紧密地联系起来,电视具备了最强大的媒介性,电视带领观众看世界,了解到丰富的信息,在客厅里即可获得心理的满足,电视是人的文化力量的延伸,它把世界变成了“地球村”。

影视不仅是艺术，而且是现代社会中最普及的大众文化媒体，它在信息传播的每一环节上，都有着自身的特殊性。

首先，影视艺术的信息载体和传播符号具有特殊优势。影视的语言是电子互动语言，它超越了口语、书写语和印刷语，能够把一切都变成直观的对象，变成流动的画面，以直观的感性形式诉诸观众的视觉和听觉，而且配有富有艺术意味的音响、音乐和色彩，以丰富的表现手段和超群的艺术功能，始终吸引着观众的注意力。它比其他艺术更易于为不同的观众所接受，也更易于普及。它打破地域、民族、文化教养和职业的界限，最大限度地适应观赏者的要求，有着极大的群众性。20世纪60年代，就有专家宣称：要想在受教育的人群中，找出一个没看过电影的人，将是非常困难的事。直至今日，影视产品仍是人们主要的精神文化食粮，其中以电视尤甚。电视可以深入千家万户，接受面之广，简直无法形容。回想一下，中国古典名著《红楼梦》《三国演义》《水浒传》改编成电视剧播放后，曾经赢得了多少观众！

不仅如此，影视媒体的普及，从文化断代的角度看，还导致了一个以泛画面为核心的影像时代的到来。影像全方位地主宰了社会生活，平行或超越了以文字独尊的传统书写文化，获得了强大的文化力量。过去的独具个性特色的传统艺术和风格朴素的民间艺术，在影视——影像文化的紧逼下，大规模地向大众文化过渡。而大量的有各色背景的涌入城市的以农村人群为主体的大众群体，则疯狂地青睐着这种逐渐城市化的影视大众文化。于是，老奶奶不再讲故事了，讲故事纯粹成为电影和电视的事。

其次，影视艺术传播的艺术信息有着极度通俗化、娱乐化和休闲化的内核。影视都是“一次过”的艺术，是一口气连续放映或播放下来的，不可能放放停停，给观众一个慢慢思考的机会。通常情况下，即使有观众对某些画面和场景不理解，或特别感兴趣，也很少退回重放。这种一闪而过的连续放映的特点，就促使影视艺术在表现方法和形象内涵上必须通俗化，给观众提供具体、鲜明、生动、易懂的视觉形象，使观众在轻松自然的状态中，获取艺术性娱乐享受。这里，由通俗带出的娱乐和休闲，正是影视艺术大众化特点的集中表现。

影视的休闲性是和通俗、娱乐同步的。影视媒体的休闲消费，是现代大众的新兴要求。休闲是现代生活的态度。影视作品有着大众文化的所有特征：流行、短暂、诙谐和诱哄，人们在欣赏这类文化产品时，情感得到宣泄，身心得到调节。人们欣赏周星驰的“无厘头”表演，看电视小品中明星们的“土得掉渣”“丑得让人笑”“俗得可乐”“窝囊得可气”“尴尬得无奈”，更是把明星当做大众出气筒。这一切都使影视成为典型的休闲文化的一部分。

最后，影视成为大众化媒体还因其受众的数量多。在没有电视的时候，电影观众数量就远超其他艺术。据法国电影史学家萨杜尔在《世界电影史》中的记载，1960年世界电影观众有200亿人次。另据统计，1981年，中国电影观众达300亿人次。有了电视之后的影视观众数量就更加难以统计了。比如中国，现在是不折不扣的电视大国了，在1995年就拥有了697家电视台，2.7亿台电视机，12000个有线电视网，年产1万多集电视剧。在美国，每个家庭平均每天看电视7小时，1997年，2~11岁的儿童看电视时间达312小时，超过了他们学习课本的时间。

受众众多，鉴赏要求和审美趣味必然会多种多样，对于一部影视作品而言，这是好事，也是难事。常言道：“众口难调。”要想获取不同层次观众的认可，就要求影视作品具备雅俗共赏的艺术品质和媒介品质，既要防止平庸和低俗，不一味迎合，又要积极引导，营造良好的影视文化氛围；既要满足电影观众的影院欣赏要求，又要符合电视观众客厅欣赏的习

惯；既要面向全体影视受众，又要重点吸引 18~30 岁的青年受众。这种尴尬，大概只有影视艺术才会时时碰到。比如每年除夕的“荧屏年夜饭”——中央电视台的春节联欢晚会，为了照顾到不同电视观众的口味，编导们总要绞尽脑汁，煞费心机，实在是出力不讨好，但又骑虎难下，而这正是影视作为普泛的大众文化媒体的体现。

当然，成为最广泛的大众文化媒体之后，影视艺术在文化上造成的负作用也是很明显的。影视艺术带来的图像泛滥，视觉狂欢，在美学领域里出现了“新美感体验”，人们越来越依赖于通过图像获取信息，而提供图像的影视制作又往往趋向于标准化，雷同重复，无个性，在批量生产中丧失了自我。传媒背后的无休无止的娱乐，使大众丧失了创造力和想象力。尤其是电视，人们从为节目看电视，不知不觉转向了为电视看节目，“看电视”成了一种可怕的习惯。即使是欣赏影视艺术，也会因为闲暇被一网打尽，而变成整天看着电视这个“白痴箱”，不会参与艺术交流、不会思考的被动型艺术欣赏者。西方有些知识分子早已开始警觉电视对人类生活的过度侵害。在加拿大，许多教师上街游行，要求抵制电视公害；在美国，居民们发起了“一周拒看电视”活动，要求社会还他们健康的个性。

第三节 现代高科技的产物

影视艺术是受科技限制和影响最大的画面艺术之一，是科技含量最高的现代艺术。影视的发展史，实际上也是一部影视科技的发展史。从最初的照相技术延续至今，影视成为一门手段最为复杂、功能最为奇特、反响最为强烈的现代视听艺术。影视艺术跨过了从无声到有声、从黑白到彩色、从传统摄影术到电子动画合成的种种鸿沟，迅速成为声、像、色全方位表现现实生活的最有效的艺术载体，其中包含了众多技术进步的奥秘。

先说电影。1829 年，比利时物理学家约瑟夫·普拉托发现了视觉暂留原理。1882 年，法国人马莱发明了连续摄影机，这促使了路易·卢米埃尔活动电影机的问世。最初的电影是声像不同步的，1927 年出现了第一部声像同步的有声电影。1935 年，第一部彩色电影正式问世。之后，又从普通银幕，发展到宽银幕、环幕、弯幕乃至多功能银幕，技术的日新月异，强有力地推动了电影艺术的发展。据说，1997 年华盛顿大学已研究出“真实感视网显像装置”（VRD），用激光扫描把画面直接成像于视网膜上，银幕也不需要了，电影进入了空间电影的新境界。

再看电视。信息技术的发展，导致了电视艺术的发生发展。1873 年，英国人发现硒元素的光电作用。1884 年，德国人发明了电子扫描盘。1928 年，电视收发表演成功。1954 年，彩色电视在美国出现。2 年后，磁带录像诞生了。20 世纪 80 年代，电视新媒介时代开始，摄像设备微型化、自动化，传输设备电缆化、卫星化，进而全面推行高清晰度电视系统。电视在人们生活中占据了比电影更重要的位置，并为影视合流提供了技术基础。

影视的科技性是与它的工业性联系在一起的，影视的每一个制作环节，都充溢着工业品质。这从“电影”“电视”这两个汉译名词的构成与定形就能看得出来。我国最早使用“电影”这个名词的是唐代诗人王天竞。他在一首描写三峡之夜雷雨风光的诗中写道：“电影江前落，雷声峡外长。”这里的“电影”指的是闪电，同现代意义上的电影毫不相干。今天的“电影”在 20 世纪初被国人称为“影戏”“电光影戏”，后来才定现名，这其实也是为了突出其技术和工业特点。

此外,许多人的影视观念也都是和工业性相连的。当代电影美学家邵牧君在《电影万岁》中说,电影作为一门艺术,与传统艺术的最本质的区别,就在于它首先是一门工业,其次才是艺术。影视的工业属性和艺术属性并不相互排斥,但这个关键的秩序决定了电影的一切。

美国好莱坞电影在全世界电影业激烈竞争中获胜的法宝之一,就是他们将电影看做扎扎实实的工业企业的电影观念。尤其是当代电脑的智慧 and 传统大工业的成功交融,使好莱坞电影工业化品质得到了最大程度的张扬。稍具讽刺意味的是,好莱坞纯粹工业化电影的思维和电影经营方式,恰恰在某种程度上极大地发展了电影,提高了其美学水准,冲击着传统电影的诸多美学观念。卡通巨片《狮子王》就是一个例子,这部影片充分发挥了庞大完美的声响动画电脑技术的优势,而且把鼓励儿童责任感的良好人文主题表现得淋漓尽致。

从某种意义上看,影视业的竞争就是工业水平的竞争,在电影领域更是如此。很多国家的影视艺术家自身素质相当好,也有一些杰出的影视制作,但由于其所在国的工业化程度较差,最终影响了影视业的整体竞争力。而好莱坞凭借其强大的工业实力,占据了全球大部分的电影市场,使电影拷贝成为美国继宇航技术、化学医药之后的第三大出口产品。仅1996年,好莱坞电影就以16种语言行销70多个国家,获利1500亿美元。

在当代,工业科技的发展延伸为日新月异的高科技,而影视的制作则越来越依赖高科技,去制造使影视观众趋之若鹜的银幕奇观。所谓高科技,指的是20世纪70年代后在世界范围有广泛影响的六大科技群:①电子学与信息技术;②生物技术;③航天技术;④海洋技术;⑤新能源技术;⑥新材料技术。其中,电子学与信息技术极大地促进了当代影视业的发展,提高了影视观赏性,增强了视觉享受程度,打破了传统美学的艺术真实感模式,出现在了电子信息技术基础上产生的新颖的银(屏)幕真实感,从写真、传真向仿真、创真发展,达到了视像真实感的最新境界。

真正体现现代高科技对影视创作划时代影响的是仿真和创真。仿真指艺术家运用技术手段将事物影像分解为一系列部件,再根据需要,像搭积木似的把若干构件组合成与现实有差异甚至现实中不存在的新物象。创真则更进一步,指艺术家借助高科技手段,从像素着手,按真实世界的外像构成规律,创造出现实中根本不存在的事物视像。仿真、创真与传真在视觉感受上都追求高度逼真,但生成方式不同。传真犹如织物中的天然纤维,乃自然天成;仿真犹如人造纤维,有模仿对象;创真犹如合成纤维,是无中生有。传真是通过摄影(像)手段实现的,而仿真和创真则依赖于20世纪70年代发展起来的信息电子技术,使用电脑生成图像(Computer-Generated Images,简称CGI技术),也有人称之为“高保真数码技术”。其技术过程是通过电脑将影像分解为像素,信息捕捉手段由模拟转向数码,在二度创作中,生成所希望的任何物体。世界上运用这项技术最成功的是卢卡斯创立的美国工业光幻公司(ILM),其早期作品有《星球大战》《夺宝奇兵》和《外星人》等片。1991年推出的《终结者Ⅱ》成为运用这种技术的里程碑式的作品。影片中的“液体金属杀手”的自由变形镜头,是电脑绘图的杰作。杀手能够在被子弹打得千疮百孔、身体劈裂乃至熔化为一滩钢水之后,仍奇迹般令人惊悚地迅速复原。他的拳头能在瞬间变成一把置人于死地的尖刀,并且不必通过剪辑技巧便能直接表现出来,让人惊诧不已。1993年出品的《侏罗纪公园》,片中那头重9000磅、长40英尺的恐龙在银幕上狂奔捕猎,场面奇幻无比。恐龙皮肤质感之细腻、动作之协调,完全可以以假乱真。

电脑绘图不仅大量出现在科幻片中,而且还出现在像《阿甘正传》这样的文艺片中,并且累积时间长达25分钟,与《侏罗纪公园》相比多了6分钟。导演泽米基斯被人称为“高科技导演”。他认为,“所有的电影元素都是科技,摄影机是,镜头是,麦克风是。对我而言,这一切只是科技的艺术形式罢了”。在该片中,他首次将电脑科技隐藏在剧情与表演中,观众的肉眼几乎看不出人为的斧痕。比如主人公同已故的歌星猫王以及三位总统见面握手的场面、丹恩中尉实际存在的截肢、乒乓球比赛时那只宛如光斑的乒乓球、金黄色玉米穗上的一群振翅欲飞的鸽子、反战大会上庞大的人群、跑步时长跑好手身子和四肢与阿甘的脸接在一起等,都是电脑绘画精心制作的结果。

近年来一大批美国影片在各种场景中采用了CGI,均取得了令人惊叹的效果。史泰龙在《悬崖历险》中,靠CGI帮忙,在大河奔流的两岸悬崖间攀着绳索表演了一场英雄救美的惊险戏,看得观众直冒冷汗。李小龙之子李国豪在美国拍《乌鸦》时,意外地被道具枪中的真子弹打死,导演绞尽脑汁,把李国豪的真人动作与CGI巧妙结合起来,完成了尚未拍完的影片。一句话,仿真、创真级的电脑绘图技术,使艺术家的创意具有更大的发挥空间,也使受众的审美享受得到进一步升华。

此外,高科技还促使了影视合流,有机地把电影的优势和电视的优势结合在一起,进而对未来影视发展产生深远影响。1991年,美国柯达公司推出一种名为Cineon的数字电影中间制作系统,使电影制作者可以用传统的摄影机拍片以获得细腻的影像和逼真的色彩。然后再在Cineon中用具有900万像素的CCD扫描器将胶片上的影像转换成数码输入图形工作站,经电脑加工处理后再用激光印片器把完成片的画面记录在电影底片上,拷贝发行。这就把电影的化学性和电视的电子性相结合了。1993年,美国人甚至能做到不用拷贝,通过光纤电话线从制片公司直接在各地影院播放电影。随着电脑技术的进一步发展、热门的虚拟现实(VR)技术的成熟,电影和电视都将纳入一个统一的多媒体艺术系统中,并开创出一片视像艺术的新天地。

总之,现代影视艺术已越来越离不开高科技的不断介入,它是不折不扣的高科技的产物,是艺术和技术高度结合的范例!

第四节 影视文化产业

由于艺术生产和艺术消费的繁荣,古典艺术的非商品化神话在现代被彻底地打破了,现代艺术日益显露出一种商品特性,艺术生产也日益企业化和产业化。在这种背景下,作为典型的现代艺术的影视艺术,就不可避免地成为德国文艺社会学家阿尔多诺所谓的文化工业,出现了精神和物质、艺术和商品的双重属性,有时甚至存在着几乎难以调和的矛盾。一方面,作为艺术品,应有自己独特的精神个性,保持应有的艺术品位和寓教于乐的社会效益;另一方面,作为文化商品和企业化生产的产物,又必须把观众视为上帝,杜绝孤芳自赏和我行我素。影视的产业性及其对利润的追求,犹如一条稍加放纵就会泛滥成灾的河流,既可以在有节制的管理下浇灌农田、滋润草木,也可以带来腐蚀人类精神文明的文化性灾难。影视中暴力和色情的日益泛滥,正在成为一个日趋严重的社会问题,影响着影视艺术的健康发展。

影视艺术的产业化和商品化是与生俱来的。影视的工业性,使影视产品成为工业产品,

成为新颖的文化产品。是产品，就要进入市场，受到商品市场规律的左右。无视影视的商品特性，将会受到严厉的惩罚。美国早期电影大师格里菲斯是电影史上的旷世奇才，也是蒙太奇艺术的杰出实践者。他因为1915年拍的《一个国家的诞生》而赚了大钱。为实现自己的艺术理想，他于1916年接拍艺术实验片《党同伐异》，由于耗资巨大，发行时受到第一次世界大战的影响，无法收回成本，从此一蹶不振，潦倒终生。又如被称为“戏剧电影之父”的法国艺术电影的先驱梅里爱，因经营电影业失利，被百代公司击败，不得不流浪街头。电影理论家劳逊感叹道：电影最初10年中最伟大的创造者20年后却在巴黎街头卖报纸。更令人意想不到的是梅里爱于1897年创立并且担任主席长达十年的法兰西电影协会竟把他送到了收容所！中国当代电影导演们也不得不受到商业规律的束缚。吴贻弓拍完《城南旧事》后，拍了《少爷的磨难》；张艺谋拍完《红高粱》后，也拍了《代号美洲豹》。第六代电影导演中许多人在出名前，就直接拍了商业娱乐片。

电影不相信眼泪，只相信市场。影视作品一般不会像凡·高的《向日葵》那样在几十年后才名声大振、受人青睐。轰动的未必持远，不轰动的则大多湮没无闻，这就需要在广泛的影视领域中建立起市场营销的新观念。美国影视从业人员将电影称作电影工业（Film Industry），将电影表演称为表演生意（Show Business），将电影成品称作电影产品（Product）而不是Text或Writing。他们将电影课程引入工商管理学院的硕士课程系列中，为娱乐业培养广告、营销、策划人才，为好莱坞培养高级电影管理人才，并且公开将好莱坞的制片信条定为：艺术是损害电影票房的毒素。他们完全将电影看做一门生意，要花大钱赚大钱，建立新型的“巨片哲学”模式。即使有艺术，也是全心全意地为商业运动服务，是商业前提下的艺术运作。有人惊呼，好莱坞完全被不懂电影的生意人把持了。话虽如此，但好莱坞电影商业运作的成功，是有目共睹的。1993年，安布林娱乐公司出品了斯皮尔伯格的科幻巨片《侏罗纪公园》，该片利用了心理美学中的“堤坝原理”，编制了“失去控制之后怎么办”的娱乐性故事情节，通过精心策划的全球性宣传计划，获得了巨大的商业成功。国内票房达3.42亿美元，海外票房达5.3亿美元，光宣传费用就用了190万美元，票房以及映后恐龙形象的周边产品销售、续集《失落的世界》利润等加起来的综合收入超过了10亿美元。1997年底推出的《泰坦尼克号》更是不得了，它将消费文化中的“怀旧”“爱情”等卖点元素发挥得淋漓尽致，凭借惨烈的海难、伟大的爱情、俊男美女的号召，再加上高科技的电脑制作，在全球刮起了一股强劲的旋风，其收入达到了有史以来的最高峰——35亿美元。

影视的产业商品性主要表现在对票房的追求和商业娱乐性。先看票房，过去我们国内电影强调其政治宣传效果，在计划经济的环境中不重视票房回报，这是历史的原因。市场经济条件下，任何一部影视片的命运都会和票房联系在一起，“卖座片”的概念正越来越多地为人们所接受。

再看商业娱乐片类型。作为文化产品，影视创作有着“一仆三主”的尴尬：作为商品受制于商品规律，作为艺术受制于艺术规律，作为传媒受制于意识形态。影视片也因此分为商业片、艺术片和宣教片三类。从产业化角度看，要发展影视就要大力发展商业片类型。商业片注重票房回报，注意大众的情感模式。诚然，艺术片和宣教片也经常有很好的票房，但商业片基本上是以娱乐片形式出现的，以观赏性为美感中心，使观众在视觉快感中得到审美愉悦。商业娱乐片形成了产业化类型，主要有：

（1）安全冒险类。战争片、凶杀片、恐怖片均属此类，主要是让观众体验常理下难以

体验的情感。

(2) 悬念类。它主要是满足人们的期待心理，以希区柯克的技巧为蓝本，发展为一个影视片家族，现代悬念片如《危情十日》就非常成功。

(3) 文化反叛类。此类影片使观众在反叛传统或现实的伦理观念中，得以宣泄情感，如根据王朔小说改编的系列电影《轮回》《大喘气》《顽主》《一半是海水，一半是火焰》均是此类作品。

(4) 科幻类。此类影片在幻想中表达了对高科技的未来展望，从而使观众对人类的想象力和创造力产生崇拜，获得审美快感，如卢卡斯和斯皮尔伯格的系列科幻片《星球大战》《第三类接触》等。

商业娱乐片正逐渐成为影视产业化运作的核心。尤其是科幻片，把科学观念、艺术想象和影视手段相结合，形成极大的商业卖点。从1902年梅里爱的《月球旅行记》到今天，商业娱乐片已经成为美国这样的电影大国赚取商业利润的主要渠道。

影视文化产业已不仅仅是一种艺术文化现象，而且成为了一国经济的重要组成部分。美国人把影视和微软、联邦快递并列为后工业时代领先全球的企业文化。日本和欧洲国家嘲笑美国是“米老鼠经济”(Mickey Mouse Economy)，乍听起来有点可笑，但确确实实，美国人是在影视的娱乐产品——影视产业的影响、行销全世界中获得全球经济竞争力的，这决不是天方夜谭。他们不仅积极开拓国内市场，而且使海外市场的销售额占了所有影视收入的40%。我们惊奇地发现，第一次世界大战以后，全球最卖座的影视片，几乎都来自好莱坞。美国影片以科技和娱乐的成功融合，为影视产业化理论提供了实践的范例，应该成为影视理论的研究重点之一。

思 考 题

1. 影视艺术与其他艺术有什么区别？
2. 作为最普泛的大众文化媒体，你认为影视应关注什么？

第二章 影视艺术的形式要素与审美特征

第一节 影视艺术的分类与样式

影视艺术和其他艺术一样，并非只有一种类别和样式。由于形象塑造、结构安排、表现技巧等方面的差异，影视作品呈现出不同的形态，形成不同的类型与样式。

电影诞生在电视之前，电视艺术的分类明显受到电影艺术的影响。因为两者都是综合艺术，它们的分类大同小异，或者说可以互相参照。

由于标准与角度不同，对电影的分类实际上存在多种方法。

从电影的工具、材料和技术工艺角度来分类，由于它所使用的摄影机与胶片、录音机与磁带、放映机与银幕等在规格上不断更新，促使了电影技术手段的发展，从而使电影从无声到有声，由单声道到多声道，从黑白到彩色，从普通银幕到宽银幕，从平面电影发展到立体电影、全息电影。

从电影特有的系统来分类，可以分为纪录电影、艺术电影（亦称故事片）、美术电影、科教电影四大类。这是在国内外都比较流行的分类方法，并且已经为电影界普遍接受。

鉴于电影是综合艺术，考虑到某些组成因素在影片中占据了非常突出的地位，也可以将电影分为美术电影、音乐电影、歌舞电影、戏曲电影等类别；鉴于电影观赏对象的不同，还可以分为儿童电影、成人电影；根据电影的流通方式和发行渠道，又可分为艺术电影、商业电影、实验电影等。

就故事片而言，还有一种是借用文学的分类方法，即根据文学四分法，将故事片分为诗电影、散文电影、小说电影、戏剧电影四类。

此外，目前也有学者倾向于另一种影视分类方法，即从影视作品的创作角度出发，根据具体影视作品对现实生活的切入点不同，分为：①现实主义影视作品；②主观表现的影视作品（或称“作家电影”）；③娱乐影视剧（类型电影、电视剧）；④非虚构性影视作品（纪录电影、电视专题片）。

从另一方面讲，影视艺术的特性中的艺术与消费的二律悖反促成了理论界关于艺术电影和类型电影的分类。艺术电影往往是每一时代国家影坛上进行电影艺术观念、技法探索的先驱者，它为拓展电影艺术的生存空间发挥着极为重要的作用。形象地说，艺术电影可称得上电影艺术的探路者，它为电影艺术不断创造出新的艺术技巧与艺术观念。类型电影注重影视作品的娱乐功能，张扬其作为大众文化传媒的商业品格。类型电影也经历了从经典类型电影（20世纪30~60年代）到现代类型电影（20世纪60年代以后）的演变过程。经典类型电影重视剧作，重视情节安排；现代类型电影则首先关注如何充分展现电影艺术的特有魅力，而不是拘执于经典类型电影的情节和人物。它更注重的是技术运用、氛围营造、动作竞技。