



影视文化导论

孙沛然 著



浙江大学出版社

影视文化导论

孙沛然 著

浙江大学出版社

影视文化导论

孙沛然 著

责任编辑 李海燕

* * *

浙江大学出版社出版

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

浙江大学出版社电脑排版中心排版

德清第二印刷厂印刷

浙江省新华书店经销

* * *

850mm×1168mm 32 开 7.25 印张 200 千字

1995 年 11 月第 1 版 2001 年 5 月第 3 次印刷

印数 3501—5500

ISBN 7-308-01635-8/J · 023 定价: 8.00 元

目 录

绪论 (1)

第一节 文化形态的嬗变 (2)

文化形态的多元认识 初民文化 概念性文化 影视文化

第二节 一门新兴的人文学科 (7)

令人眼花缭乱的社会文化现象 应运而生的一门新兴学科 影视文化的概念与特征 宏观把握：“给感觉添上灵魂”

第一章 沃土·杠杆 (16)

第一节 20 世纪科技结出的奇葩 (16)

“是玫瑰，总要开花” “新神话”——动像传播的崛起

第二节 影视文化发展成熟的沃土 (20)

电影：从“丑小鸭”到“白天鹅” 电视：“灰姑娘” 前程似锦 电影是一个阶段，电视也只是是一个阶段 “一只会生金蛋的母鸡” 走向本位的影视

第三节 历史回眸：思想的闪电与真实的浪漫 (28)

乔治·梅里爱把电影引向艺术天地 “把电影

引上电影道路的第一人” 格里菲斯的伟大贡献
爱森斯坦、普多夫金创立蒙太奇理论,开拓
苏联电影 真实的浪漫:勇敢与冒险 拓荒
·探索——中国民族电影产生和发展

第二章 审美文化 (39)

第一节 美学视野和疆界的突破 (40)

美:出自肺腑的呐喊 美学:古老而又年轻的学科
审美文化:现代美学的新观念 影视以
建立审美文化作为自己的美学使命

第二节 活动的视听影像 (48)

机器制造的“梦幻” 镜头:影视的基础 视
觉造型 声音:第五度空间 视听思维与读
解

第三节 艺术的基石 (56)

什么是蒙太奇 蒙太奇发展的三个阶段 蒙
太奇的功能 蒙太奇的分类 长镜头与长镜
头理论

第四节 制作与创造 (61)

总体构想 文本写作 导演抓总·表演与实
拍 后期制作:三度创作

第三章 现代意识:影视文化的坐标与旗帜 (72)

第一节 本体寻问 (73)

“受众庞大”的大众传媒 “消遣第一”的娱乐手
段 市场导向的文化商品 面向观众的复制

艺术

第二节 梦圆诱惑 (84)

“入梦就别醒” 情感三原色 “过把瘾就死”
认识你自己

第三节 观念更新 (93)

回眸“传统”:两类思潮,几种模式 意大利新现实主义电影和巴赞的出现 超越传统:“新浪潮”汹涌澎湃 现代派电影的崛起 理论建设新阶段

第四节 形式演变 (111)

形式·形态·历史规范 雏形·完形·变形
艺术片·商业片·娱乐片·民族特色 追新求变与形态开放

第四章 西影片羽:好莱坞·奥斯卡·欧洲电影

(125)

第一节 赢家法宝:类型电影 (126)

长年葱绿:“冬青树”好莱坞 标准化的娱乐模式 美利坚的“伊利亚特和奥德赛” 企业·艺术·新好莱坞

第二节 精品意识:逐梦奥斯卡 (136)

崇高的宗旨 美国社会的重要晴雨表 孕育新辉煌 博大的艺术视野

第三节 欧洲电影:艺术先锋 (144)

风华依旧在 “创造一种从形式到思想都是新的电影” 几度辉煌 几经坎坷 “没有最

好,只有更好”

第五章 中国影视:视野的拓展与品格的追求 (156)

第一节 五代导演 两大转折 (156)

五代导演 两大转折

第二节 多元、开放,阔步走向新世纪 (166)

社会转型、经济接轨中的多元格局 台港影视:

认同与回归 心灵驻足的驿站,文化品格的追

求 冲出旧窠,跃向新世纪

名片导赏

一、78个“瞬间”显示蒙太奇的非凡的艺术创造力

——《战舰波将金号》之“敖德萨台阶” (182)

二、8个镜头、同一空间流程表现人物情感的细腻变化

——《公民凯恩》片断 (185)

三、打字声成为决定她们命运的信号

——《罗马11时》之“应试” (188)

四、心灵时空的卓绝创造

——《野草莓》片首“恶梦” (190)

五、现实与意识的对比与交叉

——《广岛之恋》剧本开端部分 (193)

六、生活流细节揭示出镜头内生活丰富内涵与魅力

——《克莱默夫妇》中父子同做法国煎饼片断
(196)

七、战争的场面与和平的温馨并列、穿插、创造意境

——《这里的黎明静悄悄》片断 (198)

八、艺术重复造成“无意识”的自然贯串

——《城南旧事》中“井窝子”与“小学操场”镜头选
(201)

九、腰鼓阵与求雨仪式：大块写意体现出历史与现实的 双重真实

——《黄土地》节选 (204)

十、颠轿：生命的礼赞

——《红高粱》独特的造型语言 (210)

后 记 (214)

参考书目 (219)

绪 论

文化上的每一个进步，都是迈向自由的一步。

恩格斯：《反杜林论》

影视文化观念的提出，表现了人类对影视认识的飞跃。影视作为一种传播媒介，是信息时代的立交桥：从这里出发，可以通向社会的各个方面，把你引向成功的伊甸园。影视作为一门艺术，是大众审美的最佳窗口：众多摹本代替了独一无二的真品，让你尽赏缤纷世界的种种艺术，寻找自己的精神家园。影视作为一种文化形态，赋予我们崭新的语言：高新技术与人文精神融汇，声像俱佳、图文并茂、瞬息即至、无远弗盖的动像传播，使人们有了顺风耳、千里眼，“天下大同”终于奠下了第一块基石。

我们面临的是一个变革的时代：新的技术革命浪潮汹涌澎湃，经济快速增长，人们的自我意识觉醒、蓬勃。一切都在变革，不论是政治，还是经济，乃至文化以及人类生活的各个领域已经发生或者正在发生巨大而深刻的变化。一切都在竞争，历史的车轮因而转得更加迅捷，人类社会观念日新月异，从物质到精神面临着又一次伟大的解放。

新的技术革命给我们带来了一个崭新的世纪。人类文明史上曾有过两个发展的鼎盛期：公元前5世纪到公元前3世纪东方诸子百家争鸣开创了灿烂的华夏文明，而差不多同一时期古希腊涌现了赫拉克利特、希罗多德、亚里士多德、德谟克利特等一批天才的科学家、艺术家和思想家；文艺复兴时期科学的巨大成就和文艺的卓绝创造交相辉映，达·芬奇等一批巨星同时在科技和艺术史上写下璀璨华章。而今人类又步入了第三个发展的黄金时代，不同于以往两个时期的是：“星河辉煌”代替了昔日的“群星璀璨”，今日的发明与创造无不熔铸着群体的智慧。人们的自我意识高涨，信息交流空前频繁，整个世界已成为名副其实的“地球村”。然而，现代科技愈发达，我们却日益感到自己的渺小和精神家园的迷惘，难道人类的终极命运要让电脑或智能机器人来引路？难道我们的精神追求（文化、艺术、哲学等等）要让位于冷冰冰的计算机和物质利益？！

包括影视文化在内的所有文化，都是一种行为规范。这种规范当然有着它的价值、意义和特质。《影视文化导论》企图探求影视的这种规范，实现对它的宏观的总体把握。

第一节 文化形态的嬗变

一定文化的形成，总是与一定时代的生产力相关联的。伴随着新的技术革命而出现的以微电子技术为中心的信息技术、通讯卫星等高新技术，深刻改变了人类社会文化的形态与结构，实现了人类社会文化形态的第三次大嬗变。

文化形态的多元认识

文化，这是一个多定义概念，美国学者艾弗雷德·克罗伯和克莱德·克鲁克霍恩曾经从有关的文献中整理出170个定义，而实际上

关于“文化”的界定肯定远远超出这个数字。著者认为,文化既是一种与社会物质文明相伴随的社会现象,又是一种作为历史形态的超越时间存在的精神现象。我们可以从描述性的角度去理解文化的概念,文化便具感性的形态,可以感觉,可以观察,可以经历,如风俗礼仪、社会行为方式、宗教仪式、语言以及其他形式的文化作品;也可以从解释性的角度去认识,文化则呈理性的形态,只有通过分析才能感悟,才能意识,这显然属于观念、思想范畴了,如信念、行为准则体系、价值观念等等。前者作为时代形态,往往呈现出一种变迁的历时性社会存在,形成富于时代特征的文化形态。如中国文学中,风、骚、汉赋、唐诗、宋词、元曲、明清小说,就是一个时代文学成就的代表。作为一般意义上的文化形态,既保留着历史的稳态结构,同时也表现出时代的蓬勃精神。

现代文化研究十分注重整体的宏观把握和文化形态及其作用的研究。人类文化的发展在很大程度上有赖于信息的传播。而传播媒介是文化超越时空相传的最基本工具。正如著名传播学家威尔伯·施拉姆说的:“媒介一经出现,就参与了一切意义重大的社会变革——智力革命、政治革命、工业革命和道德观念的革命。”可以这样说,人类的精神塑造、文化塑造、科技发明等等,很大部分是通过媒介这一载体得到实现的。人类学家怀特曾经指出:“工具+象征符号=文化”,我们认为工具本身就是文化并产生文化,我们可以而且应当从传播媒介这一角度来审视文化形态。

从多维视野观察事物是现代自然科学、社会科学以及横向科学研究的一个显著特点。苏轼早就写道:“横看成岭侧成峰,远近高低各不同”,观察庐山尚且如此,何况审视文化形态?文化形态的多元认识,将促使我们对文化形态的静态的线性结构诸因素的表层分析跃升到动态的立体的结构与功能相结合的系统的宏观思考与把握。

初民文化

语言+显示性符号。

初民时期,人类主要依靠信号和符号——声音、手势和物体变形——来传播简单的信息,以决定群体和个人的行动,顺应自然的变化。说话和语言的开始,是原始人第一次文化形态的大嬗变,从此人类有了使用语言的本领,智力迅速增长,各种谋生活动、知识学习和传播以及人际沟通可以通过口耳相传。人们的信息传播通道——视觉和听觉两大主要通道基本形成,尽管传播符号都还比较简单:简单口语和象征性、模拟性声音,手势、动作、物体语言,陶刻符号;人类终于成了世界主人,可观察事物、环境,可以报告、决定,可以把社会组织起来,可以把经验、知识传给下一代。我国古代典籍记载中就讲到远古燧人氏“始作结绳之政,立传教之台,兴交易之道,人情以遂”。在印度,有文字记载的历史是很不发达的,但用语言进行口头传播的能力却非常强。今天我们已经无法了解当时口传的情况了,作为文化遗迹的只是初民壁画、陶刻符号等,都是诉诸视觉的形象性信息载体,因之不妨称之为“视觉文化”。这一文化形态,多运用显示性符号,主要通过眼观、口传、心受等直观感受的渠道,不需要传播媒介,不必通过复杂的思维过程去分理解。

以口语为主的文化形态,主要是面对面的信息传播,自由、灵活,还可以双向交流,但是流通范围相当有限,受众面较窄。

概念性文化

文字+思辨。

文字的发明和运用对人类文化发展产生了巨大的作用,从此语言表达的思想和情感可以记录下来,突破了时空的局限,可以传之异地,留诸后世。语言的发展,纸张和印刷术的发明,现代印刷技术的发明与推广,使人类又成功实现了文化形态的第二次大嬗变:由视觉文化一步步走到了概念性文化的新阶段,伴随而来的是一场思维与文化的伟大变革。人们以语言文字为信息载体表现或传播人生的各种体验,交流思想与信息,印刷媒介成了人类文化传播的主要工具。文字是一种思辨性的推理符号,印刷媒介是一种理解型的传播媒介,运

用印刷媒介(包括手写)交流信息、思想,必须经过“读书”训练,要有一定的语文基础——懂词汇、懂文法、通逻辑,还要有相应文化基础,否则“读”不懂,无法理解。就神经生理学来说,早期的“视觉文化”,主要通过产生直觉形象、感性的大脑右半球,是一种非逻辑的思维过程;“概念性文化”则主要通过操纵语言、具有逻辑功能的大脑左半球。一个人的语言文字能力不仅制约着他的信息传递活动、思想变为语言的过程,而且制约着他的思维能力和思想水平。丰富、严谨的思想必仰仗于丰富的词汇、严谨的文法逻辑。

公元初年,我国蔡伦发明造纸术,1041年毕升又创造了活字印刷术,这无疑是对印刷媒介的传播的划时代的贡献。而1445年德国古登堡发明金属活字排版印刷,终于迎来了印刷媒介的蓬勃兴起,书籍在相当短的时期内大量涌现,随之而来的是科学、艺术和人类各种知识的繁荣。19世纪大众报纸、杂志开始产生。美国社会学家查尔斯·库雷早在1909年就指出,印刷媒介有比以传播过程远为有效的四大优点:

表达性,能传送范围广阔思想和感情;

记录永久性,即超越时间;

迅速性,即超越空间;

分布性,即能到达所有各阶级的人们。

库雷写道:“两个单词,即‘开扩’和‘激励’,很好地表达了这一变化的共性。社会接触的空间扩展了,时间加快了,而且在相同的程度上,它们所意味的精神协调性变得更为广泛和活跃。个人通过与更大范围和更多样化的生活发生关系而头脑开扩,而且这种生活给他带来的大量的不断变化的启发,使他保持兴奋,有时甚至兴奋过度。”(见查尔斯·库雷:《社会组织》,P64)的确,伴随着印刷媒介的“读的精神”的概念性文化阶段的到来,人类的传播符号、传播通道、传播习惯、传播时的思维方式全都发生了革命性变化。正因为这样,人们把读书作为获取知识、陶冶情操,走向真、善、美的重要途径。培根说:“书籍是在时代的波涛中航行的思想之船,它小心翼翼地把珍贵的货

物运送给一代又一代。”高尔基写道：“书籍是人类进步的阶梯。”

印刷媒介的出现与发展,推动了欧洲文艺复兴运动,又与资本主义发展深深交织在一起。而在资本主义商业活动的推动下,以经济信息为主要内容的报纸、期刊如雨后春笋般崛起,人类一步步走向了大规模社会信息流的开放社会。

影视文化

图像+音响+文字+多媒体技术。

1895年12月28日电影正式问世,1936年11月2日英国伦敦电视开播,至今电影电视已发展成为我们时代具有最广阔的覆盖面并与人类生活发生密切联系的大众传播媒介。现代化的制作技术与传播艺术以及它的经济性,赋予影视文化以最生动、最丰富、最广泛、最及时和最具有渗透性的文化形态特征,成为新闻报道、政治动员、文化教育、消遣娱乐和商业广告等的最佳传播媒介。如今,声像俱佳、图文并茂、瞬息即至、无远弗届的影视已成为人们生活中不可或缺的伴侣,它不仅可以让人们足不出户了解整个世界的信息,接受教育和进行种种享受——如观赏文化节目、游戏和购物,还可让人们参与社会活动、目睹激动人心场面的真实再现,这些均为印刷媒介所不及。这第三次大嬗变产生了新的“看的文化”——影视文化,较之概念性文化的“读的精神”是一种大发展。人类文化形态的进化是传播通道与符号的互补,从古代的视觉文化发展到概念性文化,又从概念性文化发展到影视文化。“看的精神”不断发展,又补充与发展了“读的精神”,直观的、感性的、非逻辑性的感受与综合的、逻辑性的理解交融补充,给人类带来了无限广阔的新视野。就信息交流与沟通而言,不仅摆脱了时间的束缚,而且凌驾于空间限制之上,使地球变得愈来愈小,马歇尔·麦克鲁汉把当今世界称之为“地球村”。而今,人类更加彼此依赖、相互了解,国际政治、经济、文化常常牵一发而动全局,唯心主义、愚昧主义受到强烈挑战,一国经济成为世界经济,人类认识世界、掌握文化有了划时代的飞跃。

影视文化形态的生成、发展是相当迅速的,在不足百年的时间里,它迎着新的技术革命的洗礼,依托经济高速发展和视听技术的一个又一个飞跃,出落成大众传播媒介的骄子——多媒体电脑又把文字、音响、电视机、录像机、图文传真机、计算机集成一体,一旦与全国乃至全球“信息高速公路”接通,人们只须坐在一台多媒体电脑前,就可看电视、听音响、电脑查询、电脑购物,与远在他乡的朋友在屏幕上交流。正是这种无所不至的迷人魅力,使影视文化最终成为当今信息社会广受青睐的最重要的人类文化形态。

第二节 一门新兴的人文学科

今天,电视已走进千家万户,多媒体技术正在渗入到社会生活的方方面面,信息高速公路开始铺筑,影视文化像一张迅速张开的巨网把整个世界连在一起。

令人眼花缭乱的社会文化现象

影视文化的崛起与普及,对人类社会生活的多个领域产生了巨大的影响,产生了一系列令人眼花缭乱的社会文化现象:

世界一下子来到我们面前,足不出户便可以得到各种信息,领略丰富多彩的异国风情,观赏大洋彼岸正在进行的精彩球赛,感受时代脉搏的剧烈跳动,目睹激动人心的时代风云变幻。

人们往往在同一时刻分享那一份意外的“精神快餐”——“登月”、“奥斯卡之夜”、“世界杯足球大赛”……亿万观众守候在电视机前,形成普天同乐的节日氛围。

电视拓宽了人们视野,给人们提供了信息交流、知识更新的简捷渠道,带来了消闲方式和文化消费的革命,使许多活动都可以在家中进行。它是人类文明的产儿,同时又创造和推动着人类文明的进程,

改变着人类的生活方式。美国传播学家托尼·施尼兹把电视称之为人类的“第二个上帝”。英国诺贝尔奖获得者查理·斯特曼曾作了《电视为什么万岁》的演讲。他说,在这个世界上人是唯一需要桌子的动物,人在桌子上办公、赌博、饮食、裁缝,抽屉里锁着人类全部的秘密;有了电视,从此世界大变,人们再也离不开电视,就像离不开桌子一样。

电视确实能使世界大变,如电视即时报道就改写了“新闻”的定义。美国《时代》周刊把 CNN 的泰德·特纳推为 1991 年世界风云人物时就这样评价泰德·特纳的多角度电视即时报道:“影响现场时态,让世界上 150 个国家的观众成为目击者。”有了电视,我们再不能对世界上正在发生的一些事情熟视无睹了。

电视已成为支配我们生活的一种力量,重新引导了信息和价值的流向。就某种意义来说,电视比报纸、广播更重要、更有支配力,甚至比家庭更重要,比政府更有影响、更有力量。它已成为人们不可或缺的伴侣,克服了语言障碍和山水之隔,消除了地理、种族、阶级和文化的差异,成为联结世界的唯一纽带,成为千百万人共享的体验。

但是我们把电视机搬进家中的同时,也随手带上了家门。电视伸出了无形的手,在人与人之间砌起了一道又一道阻碍心灵的墙,异国他乡就在眼前,左邻右舍远若天涯,甚至同一屋檐下也鲜有感情交流。电视带来一个个负效应,它对社会的毒害也相当严重,譬如它传播的文化内容也有损害观众身心健康的内容,还有它作为传播媒介本身的局限。这种负效应只是现代文明发展异化现象的缩影。

应运而生的一门新兴学科

“电视的发明是人类智慧了不起的成就,但如何运用电视,是人类智慧的更大考验。”威尔伯·施拉姆的这一段话,说明人们真正用宏观的、长远的眼光来审视电视了。在西方,一些传播学家、社会学家早就提出了“电视文化”(Video Culture)这一概念;我国从 80 年代中期开始,“电视文化”、“影视文化”这两个词语才逐渐流行并为人们所

接受。著者认为,就媒介本质而言,电影与电视都是以活动影像为媒介的;就科学技术发展而言,电影只是影视文化发展的一个阶段,电视也是影视文化发展的一个阶段;考虑到我国国情和汉语表意的特点,以“影视文化”概括似乎更为可取。影视文化课题的提出,标志着理论研究新的广阔视野和观念的更新,表现了人类对电影、电视认识上的升华和飞跃。

1994 年我国大陆地区有电视机 2.3 亿台,电视观众在 8.6 亿以上,据统计其中有 80% 的人经常看电视;电影鼎盛期观众数曾达年 300 亿人次,现在电影院观众数锐减,但相当多的观众通过电视、录像等观看电影,电影的观众数仍然是相当庞大的数字。在整个社会主义文化建设中,影视文化的地位已变得越来越重要,但是影视文化产品生产不尽人意,理论建设相当薄弱。就整个世界来说,尽管近 30 年来影视技术与艺术日新月异,当代影视绚丽多姿、五光十色,但影视理论研究仍落后于现实发展的需要,相当长时间里,人们注重影视的线性的结构诸因素研究,直到 70 年代后期才开始多角度、全方位地宏观把握,动态地、系统地研究考察。

把影视文化作为当今最重要的文化现象,实质上是一场急剧而深刻的文化和观念上的变迁的反映。人的认识总是有一定的局限性的,就某一具体事物的认识而言,又有“感性——知性——理性”的认识过程。感性着眼于客体的直接感受,知性着眼于客体的本质判断,理性着眼于客体的宏观把握。恩格斯还指出:“每一时代的理论思维,从而我们时代的理论思维,都是一种历史的产物,在不同的时代具有非常不同的形式,并因而具有非常不同的内容。”(《自然辩证法》,《马克思恩格斯选集》第 3 卷 465 页)这就是说,人的认识和时代的观念、民族的传统和素质有密切关系。影视文化发轫、发展还不过百年,作为社会最重要的文化现象也只是近一二十年的事情,认识的局限性是显而易见的。但是,作为应运而生的新兴学科,它可以而且能够用当今认识世界的最新思维方法——多维视野为特征的研究方法,从宏观把握入手,从各个不同的观察角度,在个体、整体以及各个交叉