

电视艺术美学

高鑫 主编

北京广播学院出版社

电视艺术美学

高鑫 主编

北京广播学院出版社

(京)新登字148号

电视艺术美学

高鑫 主编

北京广播学院出版社出版发行

北京市朝阳区定福庄南里7号

(邮编: 100024 电话: 65779405 或 65779140)

中国科学院印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

开本: 850×1168mm 1/32 印张: 9.5 字数: 232千字

1998年6月第1版 1998年6月第1次印刷

印数: 1—3000册

ISBN 7-81004-754-X/G·400

定价: 16.50元

本书撰稿人：

DA130/20

序言

- 一 电视美学特质
- 二 电视审美特征
- 三 电视画面美学
- 四 电视音响美学
- 五 电视元素美学
- 六 电视符号美学
- 七 电视结构美学
- 八 电视创造美学
- 九 电视接受美学

高 鑫
丁海宴
高 鑫
李兴国
张凤铸
高晓虹
高 鑫
高 鑫
胡智锋
宋家玲
胡智锋

序 言

高 鑫

记得十多年前，大约是1986年吧，北京广播学院主持召开了一次“电视剧理论研讨会”，我曾在当年的《学报》上发表过一篇文章：《加强电视剧的基础理论研究》。文中说：“电视剧是一门新兴的艺术，至今不过三四十年的历史，我国电视剧起步更晚，真正地发展也才十几个年头。它与有着上千年历史的戏剧艺术、上百年历史的电影艺术比较起来，尚处于幼年时期；它已经具备了完整美学体系的戏剧艺术和电影艺术比较起来，简直还没有属于自己的独立的电视艺术理论。在这种客观现实情况下，目前对电视剧的理论研究，最为迫切的任务，就是加强电视剧基础理论的建设。”“电视剧的基础理论研究，目前处于十分落后的状况，甚至有些基本概念尚未完全弄清楚，有些基本问题还未能给予科学的解释。……这些最基本的电视剧理论问题，如果得不到公允、科学的解释，又怎么说得到建立电视剧美学呢？”——这就是说，十多年前，电视艺术还处于呼唤“基础理论建设”的时代。

也是在十年前的1987年，中国电视艺术家协会，在山西太原召开了“电视剧美学研讨会”，当年的《人民日报》，还编发了一整版的发言摘要，其中也刊发了我的拙文《兼容众家所长》——也就是说，十年前电视理论还处在一个呼唤美学的时代。

此后，虽然有些涉及电视美学的文章陆续见诸于报刊，就本人而言，也发表了诸如《电视剧美学三题》、《在历史的交叉点上表现美》、《长：电视连续剧的重要美学特征》、《电视专题片的美学思考》、《受众审美心理定势的突破与重建》、《现代电视观念的审美特征》、《电视纪录片的美学价值》、《电视艺术的结构美学》等理论文章。但现在看来，也多是些片断的、随笔式的、不成气候的理论探索文字。

总览电视艺术理论的研究成果，虽然渐成系统、渐成“学问”，但较多地还停留在基础理论建设、操作方式研究、节目制作探索、具体作品分析。但是，时至今日，电视艺术已经走过了40年的历程，根据电视艺术创作对理论的需求，电视艺术的理论研究，应该向更深的领域、更高的层面探索，这便是对电视艺术美学的研究。

电视艺术美学，这几乎是电视理论研究中的一个“新概念”，当然也就构成了电视艺术理论的前沿科学。它是从美学的高度，对新兴的电视艺术，给予宏观的、本质的审视和把握，是从哲学的高度研究和探讨电视艺术的本质规律和美学特征，表现了在更高层面上把握和驾驭电视艺术的创作美学和接受美学的本质意向，以便更好地提高电视艺术的文化品位和审美价值，创造具有鲜明中国特色的电视艺术理论和美学体系，使其在我国精神文明建设中发挥更大的作用。

电视艺术美学，应该成为20世纪一门全新的艺术科学，因此对它的研究和阐释，固然需要将其建立在普通美学理论的基础之上，也需将其置于整体艺术美学发展的历史长河之中加以审视。但是，电视艺术，既不是文学，也不是戏剧，更不是电影，它是一种独立的艺术样式，因之不该完全套用和沿袭传统的美学观念，即便是研究方法也不能依样画瓢。否则，会失去其独立的美学价值和意义。所以更重要的是依据电视艺术的本体美学属

性，从全新的视角，以全新的方法，运用全新的观念，从信息论、系统论出发，对电视艺术的独特美学特征，给予多角度、多侧面、全方位的探讨、研究和阐释。诸如：

电视技术美学。

电视艺术是由电子技术武装起来的艺术形态。电子技术是构成电视艺术的物质基础。可以这样讲：没有电子技术，也就没有电视艺术。因此，电视艺术体现了鲜明的技术美。它不仅利用电子技术从事电视艺术的创作，而且就观众来说，他实际上是在欣赏一种前所未有的电子技术的美。所以，研究电视艺术美学，首先要研究技术美学。比如“电脑绘画系统”，它通过神奇的电子“画笔”，自由地进行电视画面的艺术创作：绘画、制图、动画、静帧、存储；自由地进行3D造型，完成“自然现象”的模拟，如雾、雨、雷、电等情景；对屏幕、图像进行任意修改，如剪贴、接景等。比如“视频特技制作技术”，它可以使屏幕画面发生奇特的变化，可以对画面的任何一格或任意组合排列后的片断进行特技制作，其“偷梁换柱”、“移花接木”的本领，使得观众难以发现人工制作的痕迹。比如“多层制作技术”，电视画面的层次，一般在视频切换台上一次只做到2—4层的合成处理。但当画面需要更多的层次和视觉因素时，即可采用多层制作技术、对视频信号进行多版合成处理，从而产生和多通道系统一样复杂的画面效果。比如“数码特技技术”，可以进行画面的压缩，一幅画面背景上的呈主体透视状的空间运动等；运用帧存储和计算机技术处理，获得油画、版画效果，单色、黑白、高反差，以及负像效果；运用键控信号的数字处理，可以获得画面变形、位移、旋转、以及综合运动等效果。运用三维数码特技，可以产生主体透视的画面，物体在三维空间里的运动等效果，从而使得电视屏幕产生千变万化的奇特功效。试想，运用这些电子技术制造出来的“电子产品”，自然会将观众带入一个光怪陆离的“魔幻

世界”，其独特的审美效果和独特审美价值，自然是其他艺术形态难以比拟的。

电视信息美学。

电视本身，就是信息传播的媒介和载体。人类进入电子时代之后，实际上就步入了一个信息大传播的时代，或者称之为信息大爆炸的时代。故而，现代的竞争意识，与其说是实力的竞争，不如说是信息的竞争。这样，电视本身，给人们带来的信息冲击波，自然会赋予观众独特的信息审美感受。电视是一个完整的系统工程，就节目形态来说，可谓丰富多彩、多种多样：电视新闻、电视专题、电视文艺、电视教育、电视服务……一天 24 小时，20 几个频道向观众输送着各类信息。人们透过电视屏幕这个小小的方寸之地，将现代人与生活、与社会、与历史、与文化、与自然、与世界、与宇宙密切地联系在一起。从而大大缩短了人与人、人与社会、民族与民族、国家与国家之间的距离。从而使得整个地球，变成了一个小小的宇宙村。甚而，由于电视传播所形成的庞大密集的信息网络，从根本上提高了普通人掌握社会信息的权利，提高了普通百姓的社会地位，潜移默化地促进了社会民主化的进程。电视观众，在电视屏幕前所感受到的信息均衡冲击，自然会给人们带来从未享受过的信息释放的美。

电视画面美学。

画面，构成了电视艺术的本体语言。电视，主要靠画面传播信息、交流思想、表达感情。因此，没有了画面，也就没有了电视。电视画面可以赋予观众构图的美，光效的美，色彩的美，影调的美。此外，新闻镜头，给予观众信息的美感；纪实镜头，给予观众真实的美感；艺术镜头，给予观众梦幻的美感；造型镜头，给予观众静帧的美感；特技镜头，给予观众魔幻的美感。电视艺术所独具的画面美，亦是其他艺术形态难以比拟的。

电视视听美学。

电视艺术，不仅通过画面，诉诸观众的视觉；而且通过声音，诉诸于观众的听觉。也就是说，观众看电视时，不仅用眼睛看，而且用耳朵听；看的是画面，听的是声音。这样，视听元素，自然也就构成电视美学研究的重要课题。电视艺术中的声音，主要包括人声、音乐、音响。正是这个声音的世界，给观众的听觉带来独特的美感。就人声美而言，女主持人的阴柔之美，男主持人的阳刚之美，当事人的现身说法之美，解说者的议论评说之美，播音员的纯正之美，演员各种角色的性格之美。就音乐美而言，背景音乐的意境美，戏剧音乐的情节美，抒情音乐的纯情美，描绘音乐的自然美。就音响美而言，动作音响给人以信息美，自然音响给人以真实美；背景音响给人以现实美，特殊音响给人以神秘美，机械音响给人以律动美。其实，在电视屏幕上，视听元素，也就是声音和画面，往往是融汇在一起的。电视艺术，是在时间延续中的空间艺术；又是在空间展现中的时间艺术。也就是在声音延续中的画面艺术，在画面展现中的声音的艺术。电视艺术，就是在这种视听元素的和谐运动中，创造着美，传播着美，展现着美。

电视交叉美学。

当人类步入电子时代以后，各种事物之间，便出现了相互交叉、互相渗透；你中有我，我中也有你的诸多交叉现象。比如，自然科学中的生物学与物理学，相互交叉出现了生物物理学；社会科学中的政治学与经济学，相互交叉出现了政治经济学；艺术领域的交叉也是如此，音乐艺术与戏剧艺术，相互交叉为音乐剧艺术。被先进的电子技术武装起来的电视艺术，更是如此，它体现为一种交叉性极强的艺术形态。其实，任何艺术都不是孤立的客观存在，其发生和发展过程，都是诸多艺术元素相互交叉、彼此融合的产物，并在历史沉淀过程中，由量变引起质变的飞跃。因此，任何新兴的艺术样式都流淌着古老艺术的血脉，但同时又

构成独立的、自立门户的艺术品种，正是从这个意义上，我们有理由认定：电视艺术，是迄今为止最具多种艺术交叉融合的美学特质的：首先，电视艺术是科学与艺术交叉和融合。人类进入电子时代之后，电子技术已经渗透到人们生活的各个领域，其中当然也包括艺术领域，电子科学与艺术结合所产生的新的艺术品种，就是电视艺术。因此，使得它具有了两个方面的鲜明特点：就其创作者来说，是制作的迅速和快捷；就其接受者来说，就是观赏的方便和自由，正是这种其他艺术所不具备的鲜明特征，势必导致电视艺术本身所独具的美学特征和电视观众的审美观念。其次，电视艺术是时间艺术与空间艺术的交叉和兼容。艺术，一般分作时间艺术、空间艺术和综合艺术三种。电视艺术，则是将时空结合在一起的综合艺术。因此，在时空的处理上，真正步入了一个时空的“自由王国”。这就为电视艺术表现自然、社会和人生的美，开辟了真正无限广阔的创作天地，只要是依据思想情感表达的需要，运用镜头的自由播移，画面的分割组合，需要什么时空，就是什么时空，从而大大扩展了观众的视听空间，给观众带来一种多时空的独特审美感受。电视艺术是诸多艺术元素的交叉和兼容。再次，一部电视艺术作品，往往是音乐、舞蹈、戏剧、文学、绘画、摄影等艺术美的交叉综合体现。这些艺术形态，本来都是独立的艺术样式，但当它们介入电视艺术之后，就失去了自身的独立性，而只是作为一种艺术元素，融入电视艺术的整体构思之中，变作了电视艺术和谐的、有机的艺术整体中的一部分，变成了构成电视艺术的血液、肌肤和细胞，给观众一种综合美的审美感受。还有，电视艺术，可以将新闻纪实性、广播的时效性、戏剧的情节性、电影的综合性、小说的叙事性、诗歌的抒情性、散文的自由性，乃至曲艺的诙谐性、时装的华丽性、武术的惊险性等艺术手段，统统拿来为我所用。正是电视艺术的这种交叉性的美学品格，使得它可以兼容和侵入一切其他艺

术领域，调动一切其他艺术表现手段，完成自己的艺术创造。所以，电视艺术这种交叉性的美学本质，恰恰构成了电视艺术的重要美学特征。

电视符号美学。

符号，构成了我们这个现存的世界。实际上，我们是生活在一个符号的世界里。没有符号，人类的文明将不复存在。正是从这个意义上，我们目前可以作出这样的判断：人——本质上是能够创造和运用符号的动物。就电视艺术来说，它所展现的正是——一个艺术符号的世界。它不仅运用符号去创作电视作品，靠符号去传递思想、交流感情，更重要的是给观众一种符号系统的美。其实，任何一种艺术形态，都有各自的符号系统：文学，是文字符号系统；绘画，是色彩符号系统；音乐，是旋律符号系统；戏剧是表演符号系统……。那么电视艺术呢？则是一种声画系统。因此，电视艺术则是由影像符号、声音符号、以及声画符号所构成的。而符号作为一种语言，则是由“能指”和“所指”——“符号”和“编码”来传递信息、表达感情的。电视艺术，正是运用各种符号，通过电视屏幕，给观众营造一个符号的艺术境界、符号的联想时空、符号的想象幻境、符号的含蓄境界、符号的感悟灵性。正是电视屏幕上展现的那个丰富多彩、变换无穷的符号世界，给观众带来独特的审美感受。

电视艺术的创造美学。

电视艺术创作，要给观众以独特的审美享受，则需实现“电视化”的创作道路，给观众一种“电子产品”的审美感受。伴随着电子时代产生的电视艺术，当然要以全新的科技意识、全新的思维方式、全新的语言形态、全新的时空观念，进行全新的电视艺术创作。而这一切，均需建立在充分“电视化”的基础之上。首先，手段电视化，从“纪录传播型”向“电子创造型”转化。便携式摄像机、便携式监视器、电子编辑机、微型话筒……，给

电视艺术的创作，提供了特殊的电子创作手段。只有运用这些电子制作技术进行电视艺术创作，才能给观众提供一种“电子产品”的独特审美感受。其次，语言电视化，从“单一语言型”向“多元语言型”转化。语言，作为人类信息传播的媒介和载体，大约经历了三次变革：文字传播——无线电传播——电视传播。前两者都是单一的语言形态，只有电视语言，才是多元的“全能语言”。电视艺术创作，只有全面地掌握电视艺术完整的语言系统，诸如画面语言、有声语言、造型语言、镜头语言、编辑语言、特技语言、符号语言，才能细致入微、维妙维肖地反映和表现人类社会的大千世界。再次，时空电视化，从“时空束缚”型向“时空自由”型转化。电视艺术在反映社会生活、展现人物形象、表达思想感情时，完全挣脱了时空的束缚，步入了时空完全自由的创作境界。这样，电视艺术就可以步入一个随心所欲的时空创作境地，从而拓展了作品的信息量，对自然、社会和人生给予了多角度、多侧面、大信息、全方位的投射和审视。思维电视化，从“线性思维”向“场性思维”转化。传统的思维方式，大体是线性思维，也就是单向思维，它在反映和表现社会生活时，大体是将纷繁复杂的社会生活，提纯成为一条情节线，将生活中的芸芸众生，提纯成几个典型人物。这种线性思维束缚创作者的艺术创作和观众的审美思维。场性思维，则是运用先进的电子技术，诸多的语言手段，时空的自由展现，在屏幕上复原完整的生活场、人生场和艺术场，给观众提供的是一种“场”信息：环境、氛围、情绪、形象、声音、光效、色彩、节奏、韵律，以声画元素的和谐方式，一次呈现在电视屏幕上，从而给观众以全方位、立体化的审美体验和审美感悟。

电视接受美学。

一部电视艺术作品的完整流通过程，大致体现为：“创作者——作品——受众”。从创作者到作品，称之为“创造美学”；从

作品到受众，称之为“接受美学”。60年代以后，才在世界范围内兴起一门新的美学学科，这便是“接受美学”。因为一部艺术作品，其社会价值究竟如何，并不完全取决于创作者，而取决于受众的接受程度。正是从这样的角度出发，应该说，任何一部优秀的作品，都是创作者和受众共同完成的。所以研究美学课题，就不得不顾及受众的接受方式、心理特征、需求、审美等构成的“接受美学”。就电视艺术来说，“接受美学”的研究，就显得愈发重要，这是由电视艺术独特审美特征所决定的。欣赏电视艺术，与欣赏其他任何艺术都不一样。欣赏其他艺术时，具有强烈的专注性和整体性；而欣赏电视艺术，则具有突出的随意性和选择性。目前，电视台日益增多，电视频道日益增多，卫星电视日益增多，一般家庭都可以收到20~30个频道，这就注定了电视艺术审美时的随意性和选择性。当今的电视观众，看电视时，都是手握“遥控器”，只需一秒钟便可转换一个频道、选择一个节目。因为他在看这个节目的时候，其他频道还在等待着他选择。所以屏幕上播出的电视节目，能够吸引观众看上两眼，感觉不错；再看个三、五分钟，感觉极好，最后坚持将片子看完，太不容易。这就迫使创作者的创作，必须适应电视艺术这一最基本的接受美学的特征。

以上便是我对电视艺术美学的基本思考。它也构成了电视艺术美学的基本构成框架。但是，要科学地、准确地、系统地完成这样一个全新的美学体系创建，真是谈何容易。它需要扎实的理论准备、知识积累和学术积淀，诸如社会学、文化学、传播学、心理学、艺术学等。只有这样才有可能创建一部具有科学价值和历史意义的电视艺术美学。从这样的高度来说，目前这部《电视艺术美学》，并非一部真正意义的电视艺术美学，最多可以称之为“电视艺术美学论纲”，或者“电视艺术美学论集”更为确切。因为这里只是根据电视艺术美学的独特品格和美学特征，

做了一个纲要式的思考和梳理，以为将来完成科学的“电视艺术美学”做些思维上的积累和理论上的准备。

那么，我为什么还要大着胆子选取如今这样一个题目呢？主要是依据以下几点考虑：一是，任何一个美学体系的确立，都不会是一蹴而就，都是不断发展的，因而总要有先做起来。然后再求发展和完善。所以便决心做这“探头的椽子”和“出头的鸟”了。二是，任何一种美学理论，都不是固定不变的。模式化、定势化则意味着理论的死亡。所以也就不等待理论“完善”之后再推出了，权且就先抛出一块“砖”，去引来真正的“玉”罢。三是，这本身也作为一种呼唤，以一种理论的实绩，更具体地呼唤真正的“电视艺术美学”尽快面世。因而也就不揣冒昧，以这样的名称出版了。相信善良的读者们会理解的。

这里需要着重说明的是：本书的撰稿者，或为资深的老教授，或为颇有成就的年轻的学者，他们在各自的研究领域里，都有着独到的理论建树，而又著述甚丰，所以在电视理论界有着较高的学术地位和影响。故而相信本书的出版，无论对电视创作界还是电视理论界，都是不无价值和意义的。

是为序。

识于 1997.12.17

玫瑰山庄

目 录

序言	(1)
一 电视美学特质	(1)
1. 界线·模糊性	(12)
2. 多元·适应性	(20)
3. 轻快·随意性	(25)
4. 变化·动态性	(31)
5. 瞬间·偶发性	(36)
6. 经历·过程性	(41)
7. 体验·参与性	(46)
8. 观察·典籍性	(54)
二 电视审美特征	(56)
1. 兼容性: 诸家所长 集于一身	(56)
2. 多样性: 尺幅荧屏 大千世界	(62)
3. 参与性: 屏幕内外 情感交融	(67)
4. 当代性: 现代观念 当代意识	(71)
三 电视画面美学	(76)
1. 画面美始自审美主体的主观能动性	(77)
2. 画面美与观众审美需求	(81)
3. 画面美与创造美的物质手段	(85)
4. 画面美与构成美的形式	(95)

5. 画面美与对光线的审美观照	(116)
四 电视音响美学	(130)
1. 声音美与画面美的关系	(130)
2. 语言的美	(132)
3. 诗情画意的美	(138)
4. 声画同步的美	(147)
5. 声画分立的美	(154)
6. 声画对位的美	(157)
7. 真假、动静、藏露的把握	(164)
五 电视元素美学	(176)
1. 画面与解说词的和谐美	(176)
2. 字幕与画面的和谐美	(193)
3. 现场采访与画面的和谐美	(201)
六 电视符号美学	(217)
1. 什么是符号美学	(217)
2. 符号美的组成部分	(219)
3. 符号美的基本特征	(222)
4. 符号美的具体体现	(224)
5. 符号美的类别	(224)
七 电视结构美学	(228)
1. 声像材料的美	(229)
2. 结构框架的美	(240)
3. 整体合一的美	(244)

八 电视创造美学	(252)
1. 创造者：引导与表现	(252)
2. 节目主持人：核心创造者	(254)
3. 创造手段：客观与主观	(258)
4. 电视语言：关键的创造手段	(261)
5. 创造成果：时空与视听的综合	(265)
九 电视接受美学	(270)
1. 艺术作品与审美心理	(270)
2. 电视艺术审美心理特征	(274)
3. 创作者应考虑电视观众的审美需求	(278)
4. 电视观众的地位、作用	(280)
5. 电视观众的特殊性	(283)