



天師傳播文庫

TSCBWK

视听语言

孙 蕾 著

新华出版社

视听语言

孙蕾 著

新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

视听语言 / 孙蕾 著 北京: 新华出版社, 2008.10

(天师传播文库)

ISBN 978-7-5011-8444-6

I. 视… II. 孙… III. 视听传播—研究

IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 107975 号

视听语言

作 者: 孙 蕾

责任编辑: 池 平

装帧设计: 王小明

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

网 址: <http://www.xinhupub.com> <http://press.xinhuanet.com>

邮 编: 100040

经 销: 新华书店

照 排: 新华出版社照排中心

印 刷: 北京竹曦印务有限公司

开 本: 850 毫米 × 1168 毫米 1/32

印 张: 9.125

字 数: 230 千字

版 次: 2008 年 10 月第一版

印 次: 2008 年 10 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5011-8444-6

定 价: 21.00 元

本社购书热线: (010) 63077122 中国新闻书店电话: (010) 63072012

图书如有印装质量问题, 请与印刷厂联系调换。电话: (010) 89580863

高擎学术理想大旗（代序）

童兵

在喜迎党的十七大胜利召开之际，《天师传播文库》丛书出版了。一个来自渤海之滨的新闻传播学术团队，以一种锲而不舍的守望精神，在新闻传播学研究的征途上，不畏艰辛，甘于寂寞，孜孜以求，薪传火继。这支志同道合、相互扶掖的队伍，几十年来，高扬学术理想，追踪学科前沿，坚守学术阵地，不事声张，一步一步脚踏实地地做着自己的工作，为天津地区的新闻传播学术研究和教育事业默默地吐蕊抽丝，做出自己的努力，也为中国的新闻传播教育事业做出应有的贡献。这套丛书的出版，不仅是天津学界的好事，同时也是我国新闻传播学界的一件好事。

天津的新闻传播学专业教育起始于上个世纪50年代末，这在国内也是较早创办的新闻学专业之一。经过几代人的艰苦努力，已经成为国内有一定知名度和影响力的新闻与传播教学科研院所，为天津地区、环渤海和全国部分地区大众传播界以及政府、企业、军队等单位培养了大批合格的专业人才。近三年来，这支学术团队承担着很多国家级和省部级科研项目。一批教学与科研成果不断问世。《天师传播文库》丛书就是他们近三年来又一批科研新成果。我有幸在丛书问梓之际，阅读了部分书稿，对

丛书的结构设计和相关内容有了较为清晰的了解。我感到这套丛书有三个特点：

一是丛书作者有着强烈的学术追求与学术自觉。学术是有着独立学理地位的系统学问。学术的核心价值在于学术主体具有崇高的学术精神和学术理想。学术自觉在于对学术精神执著的追求和学术理想的自觉意识。新闻传播学者最可宝贵的学术精神就是求真务实。不唯书，不唯上，只唯实！这是做学问的精髓所在。但要看到，仅有学术精神还是不够的，这种学术精神的背后必须有崇高的学术理想作为支撑。新闻传播业作为社会良知系统，其终极的人文关怀同样也是新闻传播学者的终极目标追求。因此，做学问，需要树立理想，没有理想，思想就会贫瘠，没有理想，学问就会失去灵魂。这套丛书不少选题就充满了新闻传播专业主义的理想追求。

二是丛书作者立足现实，关注当前中国的新闻传播实践。坚定我们的学术理想，还需要面对现实，脚踏实地。我们做学问，搞社会科学研究，究竟是为了什么？一言以蔽之，就是要解决社会现实问题，就是要为人类可持续、健康发展设计未来蓝图，如若无视现实，学问再“大”也是无用的学问，即使做了学问，也会僵化，也会成为不切实际的清谈。因此，崇高的学术理想必须与当代中国的社会现实紧密结合，才能富有学术生命力，这套丛书体现了这一特征。

三是丛书的作者绝大多数是中青年教师，平均年龄在40岁左右，是一支思想活跃很有后劲的教授、博士学术团队。许多著作是作者承担的省部级以上科研项目的阶段性成果。

总之，从这支学术团队不懈的追求中，我看到了他们的梦想。正因为有了梦想，学术生命才有了希望；从他们的著作中，我看到了他们求真务实的学术精神。正因为有了这种精神，学科

发展才有希望；从他们的精神中，我看到了来自渤海之滨的新闻传播学界繁荣发展的未来。

只要付出辛苦与汗水，甘于寂寞，十年寒窗，梦想定会成为现实，理想一定能够实现。

遵编者之托，书是为序。

目 录

高擎学术理想大旗 (代序)	童 兵 (1)
第一章 视听媒介与视听语言	(1)
第一节 视听媒介的诞生、发展	(1)
第二节 视听语言	(5)
第三节 视听语言与文字语言的差异	(7)
第二章 视听语言的基础	(11)
第一节 发明原理——视觉暂留原理	(11)
第二节 幻觉	(17)
第三章 视觉元素	(24)
第一节 银幕和屏幕	(24)
第二节 光学镜头	(28)
第三节 镜头的含义	(36)
第四节 景别	(39)
第五节 镜头的类型	(59)
第六节 运动	(63)
第七节 角度与视点	(90)
第八节 光与色彩	(123)
第九节 构图	(147)
第十节 字幕	(149)
第十一节 其他视觉形式	(153)

视听语言

第四章 听觉元素	(158)
第一节 声音发展的历史背景、特性及作用	(158)
第二节 人声	(174)
第三节 音响	(188)
第四节 音乐	(198)
第五章 声画关系	(215)
第一节 声画合一	(215)
第二节 声画错位	(219)
第三节 声画对位	(220)
第六章 蒙太奇与长镜头	(225)
第一节 蒙太奇概念	(225)
第二节 叙述性蒙太奇	(229)
第三节 表现性蒙太奇	(241)
第四节 长镜头	(246)
第五节 场面调度	(248)
第七章 时空艺术	(253)
第一节 空间	(253)
第二节 形成画外空间的几种手段	(257)
第三节 时间	(260)
附录 1 推荐片目	(276)
附录 2 推荐书目	(283)

第一章

视听媒介与视听语言

第一节 视听媒介的诞生、发展

视觉是人类的主要感觉来源，又是人类思维最基本的媒介。通过视觉图像进行传播的历史源远流长。古人在山崖、岩石、甲骨上刻画图形，开创了用视觉图像来记录和表达他们生活中的思想、感情和事件的历史。这些图形被许多学者看做是视觉信息的传播符号。16世纪，艺术家和发明家们开始用照相暗盒来记录光影。技术的进步，尤其是19世纪80年代中期摄影术的诞生，使人类获得了进行视觉传播的重要媒介——照片。1895年12月28日，这一天法国巴黎卡普辛路14号“大咖啡馆”里公映了世界第一场电影，放映了10部短片，20分钟。尽管影像是黑白的，尽管影像是无声的，但从这一天起，人类传播历程上又多了一项重要的传播媒介——电影。卢米埃尔兄弟放映的短片大多是生活的实录，内容简单，只有几个镜头，但很快电影就飞速地进步着，成为20世纪一门新的艺术。随着无线电的发明，人们在19世纪还展开了对声音媒介的探究，1906年的圣诞夜，加拿大人费森登通过无线电报装置进行了世界上有史以来的第一次语言广播。这一天被后人定为无线电广播的生日，它标志着人类可

视听语言

以依赖声音作为媒介传播信息。1927年有声电影问世后，电影获得了一种新的语言——视听语言。“电影最初是一种电影演出或者是现实的简单的再现，以后渐渐地变成了一种语言，也就是说，叙述故事和传达思想的手段。”“由于电影拥有它自己的书法——它以风格的形式体现在每个导演身上——它变成了语言，甚至也从而变成了一种交流手段，一种情报和宣传手段。”^①电影的语言——视听语言的发展同时为随后诞生的电视、网络视频等传播媒介奠定了语言基础。

电视是20世纪20年代诞生的，世界上第一个提出“电视”这一名称的是法国人塞列克。到了1930年，英国广播公司与贝尔德合作，成功传送了带有声音的影像。1936年世界上第一座电视台在伦敦亚历山大宫由英国广播公司建立，这标志着电视作为一种崭新的视听媒介已经正式进入了人类的生活。作为多种现代科技结晶融汇的成果，电视从一问世就有了声音。1954年美国试验成功了彩色电视，七八十年代又开始了多路传播和卫星传播。美国率先发射“同步静止卫星”，使电视打破国界和地区，实行全球性的传播。电视继承了电影的视听语言，同时又因自身的屏幕条件和特技处理，在视听语言的运用上具有自身的特点。

电影、电视是通过空间传播影像和声音的视听兼备的先进传播工具。从哑语、传呼、堆石、结绳、立符、举火、放烟、鸣角、击鼓、刻记、图画、文字、手旗、书报、电信、广播到电影、电视，以及新诞生的现代电子视听传播媒介，是人类文明进步的重要标志。“从语言到文字，几万年；从文字到印刷，几千年；从印刷到电影和广播，400年；从第一次试验电视到从月球播回实况电视，50年。”^②从某种意义上说，由文字语言向视听

① [法] 马赛尔·马尔丹：《电影语言》，第4页，中国电影出版社，1991年版。

② [美] 威尔伯·施拉姆·波特：《传播学概论》，第19页，新华出版社，1984年版。

语言的转变，是世界文化的一次意义深长的重大转变。视听媒介借助科技已经渗透到人们日常生活的各个角落，人类借此在文字语言的基础上又获得了一种新的语言——视听语言。视听语言以其特有的优势渗透到文字语言曾经涉足的各个文化领域，成为人类又一重要的文化媒介，同时也是信息传播媒介。

当电视进入数字化时代，为视听传播拓宽了新的发展天地。作为传统媒体的延伸，移动电视（TV-on-Mobile）已经广泛渗透到人们的日常生活中，在公交车上、出租车上、城市轻轨、火车、飞机、轮船等交通工具上随处可见视听媒介，移动电视的终端也可以是手机等通信工具。车载移动电视最早出现在新加坡，2001年2月新加坡TV Mobile率先在有空调系统的1000辆单层巴士和500辆双层巴士上安装了数字移动电视。2002年10月，上海出现了中国内地第一批公交车上的移动电视。2003年1月1日，国内第一个移动电视频道——上海东方明珠移动电视开播。2004年12月中旬，首批移动电视设备在20辆出租车上安装了移动电视。截至2006年6月，全国范围已有上海、北京、武汉、青岛等超过30个省或地市开始运营移动数字电视。与家庭电视相比，车载移动电视传播渠道的最大优势在于，受众可以在移动过程中接受数字电视节目信号。但由于其受众是“移动过程中作短暂停留的观众”，而且接收的环境具有相对的封闭性和嘈杂性，在这种条件下，节目从内容到形式都有其特殊性，与一般的电视节目应有不同。特别是其屏幕大小，周围环境声音的干扰等因素，导致如果按传统的电影、电视的视听语言来制作节目，势必会影响到节目的接受效果。比如在公交车上播出的电视节目如果其镜头远景、全景偏多，由于其屏幕小，受众距离远近皆有，稍远一点的受众几乎无法看清画面内容。车载移动电视的收视环境差，外界干扰大，噪音多，受众在此环境中的注意力程度不如电

影院中的观众，对画面上的信息读解能力弱，如果出现过多的分屏等画面剪辑技巧反而会干扰受众的读解，此时画面内容需要一目了然。因为其受众的临时性，受众的收视心理差，节目的时长也往往不宜过长，叙事的时序也不宜过多使用插叙、闪回等技巧。也就是说移动电视在内容上、在视听语言的使用上都有别于传统媒介的视听语言。相对而言，手机电视的受众在接受上更具有主动性，除了要考虑播出相适应的内容外，手机的屏幕对于节目的视听语言要求更高，不仅要求看得清，更要具有视觉上的吸引力，不然手机用户随时可以调台或关机。

2005年7月北广传媒城市电视开播了，在北京1000多个重要场所安装的液晶电视屏，每天及时播放新闻资讯和文娱节目。2006年初上海东方明珠拥有了6000个数字播放平台。各大城市的电视经营媒体纷纷加入这一阵营。城市电视采用了先进DVB-T数字电视地面广播技术，从播控中心发出的数字电视信号经过中央发射塔传送到各个终端，再通过机顶盒还原成图像播出，具有实时传播、随时更新、统一发射、安全清晰的特点。它以城市流动人群为目标受众，以大尺寸液晶电视屏为终端，实时播放信息资讯。除了转播电视台新闻节目，还辅以日常实用信息，如天气预报、交通信息、政府法令、股市行情、展会信息等，经过剪辑加工，制作成三五分钟甚至更短、更紧凑的节目，以适应城市电视的收视需求。考虑到其收视的环境、屏幕、时长等因素，城市电视如何有效地利用视听语言有效传达信息、吸引受众，也成为视听语言和城市电视研究的课题。

随着数字技术的发展，媒介传播走向分众化，出现了移动电视、楼宇电视、城市电视等新媒体，这些细分化的媒介仍采用视听影像传播的表现方式，但对于传统的电影、电视来说，它们在屏幕形态上、放映环境、时长、接受状态等方面又有不同。它们

依然使用视听语言，但在使用方法上又有自身的特点。只有充分地掌握了视听语言的基本元素，才能在这些新媒体的传播中发挥更大的效果。

第二节 视听语言

人类为传播而发出或接受的诸种信息，通常是经由视、听、味、触、嗅等五种通道来进行的。在诸种感觉器官中，以眼睛、耳朵最常用、最敏锐、最富审美能力，视觉、听觉是我们进入审美领域的钥匙。根据科学家研究的结果，信息的吸收率，视觉为83%，听觉为11%；注意力集中程度，视觉为81.7%，听觉为54.6%；记忆保持力（三天以上），视觉为20%，听觉为10%，视听结合为68%。视听（Audiovisual）从词源上讲，这个术语指的是由影像和声音构成的作品，该词长期以来指作为艺术的电影和包括电视在内的所有视听产品。随着影像技术、电子传播技术等像数字化和数字传播技术的发展，信息传播进入影像化时代。这些媒介上的信息，以视听语言的形态出现。对于视听语言受众似乎并不需要像对待文字语言那样的特殊学习，其接受的容易程度远远超过了传统的媒介，由此利用视听语言进行传播的优势已经尽现出来。随着DV、电脑网络的普及，人们开始运用视听语言进行艺术创作、信息传递；人们每天浏览大量视听媒介，博客们乐此不疲地在互联网上传播着自己制作的视频作品。读解、使用视听语言，已经成为现代人的必备能力；不懂视听语言，不学习如何理解、解读、欣赏视听艺术，就会成为新时代的新文盲。正如阿尔文·托夫勒在他早期的未来学著作《第三次浪潮》中就曾指出：人类社会正在孕育三种文盲，文字文化文盲，计算机文化文盲和视觉文化文盲。而后两种文盲是工业化社会，尤其是后

工业化社会不断制造产生的。这也诚如著名的社会学家丹尼尔·贝尔所说，“我坚信，当代文化正逐渐成为视觉文化，而不是印刷文化，这是千真万确的事实。”他还说：“声音和影像，尤其是后者，约定审美，主宰公众，在大众社会中，这几乎不可避免。”这个时代“视觉为人们看见和希望看见的事物的欲望提供了许多方便。视觉是我们的生活方式。这一变化的根源与其说是电影电视这类大众传播媒介本身，莫如说人类从19世纪中叶开始的地域性和社会性流动，科学技术的发展孕育了这种新文化的传播形式”。^①

关于视听媒介语言的研究随着电影的诞生发展，早在上世纪20年代，就有学者提出了“电影语言”的命题，一直持续至五六十年代的马尔丹、米特里，60年代符号学、结构主义也进入了这一研究领域。作为一种普遍性的普及推广，这里所说的“视听语言”是指依附于特定媒介的信息传播样式，其承载内容的全部形式手段——如同所有的艺术样式都有其独特的艺术语言一样。在这个层面上它同文字语言、形体语言处于同一平面上。视听语言首先依附于电影、电视，在过去百年间影响颇深，并形成了自身独特的语言规律，进而影响到新生媒介。视听新媒体是技术发展的产物，是广播电视技术与现代通信技术和计算机技术相互融合的结晶。在网络上，在电脑游戏中车载电视上、手机电视上，体现出的渗透进程还远未完成。网络电视、车载电视、手机电视等视听新媒体形态，由于其媒体形态不同，在视听语言的应用上也各有侧重。人类社会正在迅速地迈入高科技电子信息时代，视听媒介要想继续生存和发展，就要调整或不断地增加画面

^① 孟建：《中国大众传播事业的发展与中国社会民主化进程》，见《江海学刊》2000年3期。

的视觉信息量，增加画面的可视性、可读性，提高画面的信息承载量；同时增加听觉的功能性。

视听媒介传播时代的来临，不但标志着一种文化形态的转变和形成，而且更意味着人类思维范式的一种转换。

第三节 视听语言与文字语言的差异

视听媒介传播信息，靠的是视觉和听觉的形象。也就是说，视听作品是用“形象”代替“语言”进行信息的传播活动。如果再深入一些讲，它是通过记录下来的光和声（即形象）模拟人的视听感知经验而传递信息的。光和声——即我们所讲的视听语言。而科学家一开始发明电影的时候，也并没有想到它会被人们纳入到交流思想感情的语言系统之中。它只是被当成一种记录生活里运动的视听影像的玩具问世的。因为它可以记录一个动作、一个事件，还可以通过记录手段讲故事，所以，它逐渐被当“语言”使用了。文字语言是线性思维，文学是时间的艺术，而电影、电视则是相对时空的视听综合艺术，是二维画面、三维深度幻觉加上时间维度的四维艺术，是声画结合的视听语言体系。与文字语言以抽象符号来指称对象不同，视听语言实际上是一种肖似记号。“在电影中，出现的是人和物，讲话的也是人和物自身，人、物同我们之间并不存在中间人，任何接触都是直接的。记号和被表明的物件是合而为一的，是同一种存在。人们是不会从中提出论点说电影不是一种语言的，只要他看到使口头语言成为我们之间的一层屏障，甚至成为人与人之间的一条鸿沟的含混性和模糊性已经消失就够了。作为一种记号的文字事实上是愈来愈退化了，它最后只成了一些简单的、十分空洞的形式，至少这些形式是向各种不同的内容开放的，它能够接受不同的人赋予它

们的不同内容。但是电影画面却是十分明确的，至少从它在每个观众身上所引起的思想活动来看，它还是单义的。因此，很明显，以画面思维为基础的电影画面，其含混性远较口头语言为少，而从其严密性看，它倒更能使人联想到数学语言。”^①尽管马尔丹将文字归结到“一种记号”有些偏激，但他所指出的电影语言的明确性却是事实。既然是“形象”传递信息，那么这就必然带来一个问题：“形象”要准确——即视觉或听觉的形象要“像”它自己，否则，受众不会准确地理解你所要传达的信息。也就是说：因为视听作品靠“形象”传播信息，所以，“形象”必须“像”，不能搞错。用影视艺术的术语来讲，就是——视听语言的基础是“逼真性”，离了这个谈思想、谈主题、谈观念，都是空谈。就像离开了准确地使用文字符号、合理地使用语法规则而大谈文学的艺术性一样。

视听艺术和文学艺术都具有超越时空叙述故事的能力，但两者的不同之处在于视听艺术具有极强的视听特点，它依靠镜头产生直观的画面形象，直接让观众看到；文学则依靠语言文字作为媒介，阅读文学作品时，读者看到的是一个一个的文字，通过文字符号构成的词、句、篇的信息，在读者的头脑中化成一个个具体形象，这一形象是各人脑子里产生的，是间接的，也是不同的。读者看《哈姆雷特》，一千个读者就有一千个哈姆雷特；一千个读者看《红楼梦》就有一千个林黛玉。而看到影视剧时就银幕上的这一个，这是文学的间接性与影视的直观性最基本的表现。当然从另一个角度说，文学依托语言，通过对话和描写思想活动的段落，或者通过作者的议论，讨论种种思想观念。而影视虽然也能表达思想观念，但却不能像文学那样不受限制、全面地表达。

^① [法] 马赛尔·马尔丹：《电影语言》，第6-7页，中国电影出版社，1980年版。

比如我们阅读这样一段文字：

昏睡的土地在这一天苏醒了，春风悄悄地溜入僵硬的地下。却说这天天气不错，太阳不大也不小，照在身上暖洋洋，照得万物复苏多姿多娇，心情愈发的爽朗。紧闭光明的大门，终于放飞了自由，他如同迷途的燕子，扔掉残存的梦魇，如春燕呢喃，寻觅久别的老屋。

然而，旧巢犹存却是凤去楼空，满屋萧然荒草废墟，伊人安在？冤可存？遥想当年，一场阴风怒号墙倾榭摧，雪山迸裂冰天迷路。所幸度尽劫波绝处逢生，奈何空落落无所依，纵然挣脱身躯的藩篱，又如何修葺这残破的心扉。

……

点燃生命的篝火，荡尽蒙冤的尘埃，显露家园的生机，放声窒息的欢笑。命运之门再一次叩响，激越的乐章演奏出新的希望。

……^①

暂且不讨论这段文字是否美妙，但可以肯定的是这段文字具有极强的情绪化，也许具有超强的感染力。但在影视语言中，这样的表述是很难被拍摄出来的。也就是说它只适合文字，而不具备视听性，用视听媒介是难以完成这段“情绪”的表达。如果勉强照文字拍画面，也将是一堆画面的罗列，恐怕当做垫播的“请您欣赏”都不合格。文字语言与视听语言在描述对象时所使用的语言元素是不同的，文字有着自身的优势。比如描写一位女子的漂亮，可以用“沉鱼落雁”之容来形容；但影视不行，总不能女演员一出镜，天上大雁掉下来，水里的鱼沉下去。视听语言拥有自己的一套语言来表情达意，比如可以用景别、用光线、用

^① 宋金来：《影视文本与拍摄》，第111-112页，天津人民出版社，2007年版。