

21世纪新闻传播知行丛书

镜头真与美

——影视新闻传播美学

黄良著
云南人民出版社



21世纪新闻传播知行丛书

镜头真与美

——影视新闻传播美学

黄良著
云南人民出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

镜头真与美: 影视新闻美学/黄良著. —昆明: 云南人民出版社,
2002.11

(21 世纪新闻传播知行丛书)

ISBN 7-222-03607-5

I. 镜... II. 黄... III. 电视新闻—美学—研究 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 102532 号

21 世纪新闻传播知行丛书

镜头真与美

——影视新闻传播美学

黄良著

* * *

组稿 张维

责任编辑 张维

封面设计 西里

责任印制 刘伟能

云南人民出版社出版发行

2002 年 11 月第 1 版

开本 850×1168 1/32

印张 10.125

字数 230 千

印数 1—3000 册

云南新华印刷二厂印装

2002 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 7-222-03607-5

定价: 20.00 元

21 世纪新闻传播知行丛书

总序

张育仁 郝明工

中国是世界最早创办报刊的国家之一，可是，中国又是世界上对新闻传播活动的研究开展得较晚的国家之一。中国人有文字记载的新闻活动，可远溯到数千年前的商周，甚至更为久远的年代。可悲的是，直到鸦片战争爆发之前，皇权专制下的这个古老帝国，其新闻活动仍停留在相当幼稚的水平，它的新闻统驭观念不仅与西方的文明理念大异其趣，而且最令人惊悸的是，这种野蛮落后的新闻统驭观念还与人类文明潮流形成了严重的悖逆。所幸的是，中国最早的那些启蒙思想家、教育家和革新家，都不约而同地从投身新闻事业开始，拉开了他们改造社会，拯救国家的悲壮生涯的序幕。自 19 世纪中叶到 20 世纪末，新闻传播在轰轰烈烈的中国近现代史中一直扮演着极为重要的文明角色——特别是在历史关键时刻，新闻传播更是以传播者各不相同的新闻思想理念和实践导引能力，直接或间接影响着历史的走向。由此可见，新闻传播的力量是如此强悍，但是这仅仅是表象；因为真正使它变得强悍的，是隐伏在它背后的政治、经济、文化、哲学和伦理体系。由于这个原因，新

闻传播有时又是庸懦的悲剧的，这要看它是否具有民主与自由的现代灵魂。

这套丛书正是驻足于 21 世纪现代文明的背景和立场，从各个不同的学术角度和学术层面上，对新闻传播活动的历史和现状，进行了深入细致的研究和探索，从而合力塑造出一种“立体”的学术群像。其中，既有对新闻学术“冷门”的执著探究，也有对新闻学术“热门”的独到见地；既有着眼于思想和文明的层面对新闻史实所做的深广开掘和比较，也有着眼于“经世致用”的层面对新闻操作所做的讲解和示范……总之，这套丛书所做出的努力是非常有学术意义的，同时也是非常有思想性、审美性、历史性和前瞻性意义的。

重庆师范大学文学与新闻学院是一个人才荟萃、名师聚集的科研、教学群体。这套学术丛书的参写者，都是颇具社会影响的中青年教师，他们同时又是作家、评论家、报刊专栏撰稿人，影视编导、资深记者和编辑，在从事教学，科研工作的繁忙中，更积极投身于生龙活虎、新异迭出的新闻传播实践活动，这不仅给他们的教学与科研注入了源头活水，也同时给他们的新闻实践注入了人文精神。从这套丛书中，我们可以真切地感受到他们的诸多努力是具有开拓性甚至“前卫性”的。当然他们也有借鉴和传承，有回望和反省。或许正因为如此，他们的这些努力，无论是从新闻学术和新闻教育角度，还是从新闻理念和新闻改革实践的角度来衡量，才显得那么的具有特殊的纪念意义。

2002 年 9 月

目 录

总序 张育仁 郝明工/1

第一章 新闻传播美学学科结构/1

- 一、审美意识在“传播”中萌生/1
- 二、美学：一门具有独立价值的学科/9
- 三、审美范畴论/17
- 四、接受美学与新闻传播/36

第二章 新闻传播的美学性质/47

- 一、真实——信息客观性/49
- 二、知情——信息人本性/61
- 三、迅疾——信息时效性/66
- 四、交流——信息生存交际性/72
- 五、共享——信息接受心理审美性/79

第三章 影视传媒的发展演进/86

- 一、电影技术与电影艺术/86
- 二、电视技术与电视新闻传播/95
- 三、电影与电视：传播和接受/101
- 四、现代意义：作为传媒的电影电视/110

第四章 影视传媒的美学特性/130

- 一、真实性—虚幻性/131
- 二、时间性—空间性/138
- 三、功利性—超越性/150
- 四、个别性—复制性/159

第五章 影视镜头：新闻传播魅力/176

- 一、镜头：纪实性与艺术性/177
- 二、景别镜头：“远、全、中、近、特”的美学价值/186
- 三、动态镜头：“定、推、拉、摇、移、跟”的审美功能/194
- 四、长镜头——新闻魅力/205
- 五、蒙太奇镜头：新闻魔力/213

第六章 镜头之声/219

- 一、镜头声音的新闻美学价值/220
- 二、镜头场景声响/222
- 三、人物对白与独白/227
- 四、解说词、陈述语与评论语/236

五、背景音乐/240

**第七章 纪录片：功能价值与当代发展
趋向/243**

一、纪录片功能价值/244

二、纪录片发展趋向/259

第八章 电视主持人的审美素养/265

一、人格魅力/267

二、镜头感受力/270

三、审美理解心理能力/272

四、言语表达之美/276

五、容貌及形体控制/279

第九章 电脑网络新闻传播/282

一、电脑网络新闻传播发展态势/282

二、电脑网络新闻传播的美学
特征/295

三、对电脑网络传播的美学反思/307

后记/313

第一章

新闻传播美学学科结构

一、审美意识在“传播”中萌生

远古，人类祖先逐渐从一般动物演进到人的过程中，使用工具进行生产劳动具有关键的作用。在工具的发现、制造、修饰以及运用的各个环节，带给人的得心应手之感以及前所未有的功效，都让人产生心理上的惊异、喜悦和满足，可以认为，早期的这种感官上的满足和心理上的适意是朦胧含混的、交织纠缠的，但由这诸种感受整合而来的快感或快意（生理的或心理的）却具有某种明确的被主体确认的性质，原始审美意识即

在这个基础上得以萌发。

在审美意识萌生的过程中，还有一个重要的心理机制——快感分享机制——发挥着关键的作用（详见第三章），人类不同于一般生物而被称为高等动物，常缘于人的复杂丰富的心理活动，“分享”（共享）心理即是一例。它是人性宽厚的某种表征，亦是人性脆弱的某种流露。无论就哪个角度说，审美心理永恒存在着分享或分担的机制，它需要赞许和认可，需要交流和同情，而这一切的前提，则是传播。

从这个意义上说，传播现象一开始就具有浓厚的感性的人文关注因素，也就具有了审美的性质。传播需求推动了审美心理意识，反之亦然，审美心理又促成了传播行为。二者这种在心理层面交相共生的状态也决定了美学同传播学有密切关系。

传播是一种信息交流的复杂过程，也是信息积累与创生的有机系统活动。一般说来，传播的基本功能包括交流沟通、教育影响、警戒批判、审美娱情等四大方面。这种种功能可以综合地或单独地表现在知识技能、经济发展、道德伦理、政治理念、宗教信仰、艺术审美、新闻报道等等领域，而显示出不同的作用。

在早期人类社会，审美意识的萌生同传播发生了怎样的关系？这是一个饶有兴味的问题。

美的意识作为一种心理活动，产生于远古人类史前时期；对于远古人类那种关于美的精神活动和变动不居的心理状态，现代人到目前为止还难以有非常确切的材料给以直接的证明。一般而言，作为研究方法，大约有四条基本途径可以间接地触及或把握初民的审美意识。一条是依靠考古发掘出来的实物，例如史前人类遗址中的经过打磨的石器、骨镞、石斧、陶器、玉器等等。这些在今人看来显得十分“粗糙”的器物上面，已

经保存下祖先们的某些美的要求和美的意识，“物化”在器物的造型、材料、功能及色泽的选择上。至于那类在今人看来“艺术性”更强一些的出土物品如玉器之类，其中所凝聚的美的意识或许更浓烈一些。但无论怎样，这类出土物都面临着今人作何解释和作何推论的种种可能性。第二条途径是考察那类生产、生活形态还接近原始状态的古老部族。这类被称为“活化石”的部落在日常生活习俗中还难得地保留了某些早期人类的成分，这类考察在 19 世纪及以前效果更明显，那时学者们对美洲、非洲及亚洲某些异常偏僻封闭的地区的调查记录，在今天已经成为难能可贵的人类学、民俗学资料，同样，也是难得的早期美学研究资料。但进入 20 世纪以后，这种考察的机会已大大减少，基本的原因在于现代文明正以惊人的速度改变着广大地区的生活方式，进而影响着人们的意识和观念等精神方式，影响之远，已达穷乡僻壤封闭之地，“地球村”已经变得如此之小，几乎无处不有现代文明的痕迹。进入 21 世纪，这种状况更明显。第三条，可以选择通过对儿童心理意识的产生过程进行研究，来间接地研究人类早期的某些心理意识产生的状况。这让人想起《红楼梦》中宝玉诞生之初，家人对他进行的测验：“那周岁时，政老爷试他将来志向，便将世上所有的东西，摆了无数让他抓，谁知他一概不取，伸手只把些脂粉钗环抓来玩弄；那政老爷便不喜欢，说将来不过酒色之徒，因此不甚爱惜。”儿童的心理及观念的发展变化是否统统表现在那“抓拿”行为上，这可能须考虑多种可能性存在。同理须考虑的还有：儿童的心理及观念虽然同人类的童年期即原始人类有某些相通或相似的结构方式，例如都具有某种“交织混同”的混沌状态，但却难以将二者完全等同，因为人类的心理精神积淀过程总会以某种方式“遗传”给后来者，但研究儿童心理

确实也是一条可选择的途径。第四条，则是对较稳固地保留了人的观念概念的语言文字进行研究。

综合以上四条研究途径，如果人们的出发点建立在“信息”发生这个端点，就会发现所谓“考古实物”、“活化石”、儿童的外部“行为态度”、“语言文字”都是紧密维系于传播交流这种基本的行为方式上的，没有传播交流，不仅他人或后人无法领略和品味任何审美对象，即便是每一个体人本身，如果不依靠传播，他本人亦很难将审美事物对象化和将审美经验信息对象化。实际情况正是，任何审美心理中的“对象化”、“移情”、“隐喻”、“象征”等，都同信息的直接的或间接的传播紧密关联，同信息的内在的或外在的传播紧密关联。

对汉语“美”字，学者们对其古老的含义作出了多种解释，其中三种解释较为集中地代表了人类早期对美的内涵的理解。

(1) 第一种解释，可以简称为“味觉说”。系指美的观念意识缘起于物质对象所引起的口腹愉快感受性质。许慎《说文解字》记：“美，甘也，从羊从大，主给膳。”“甘”乃“从口含一”，即指舌头或嘴对东西的感受。而强壮肥大的羊给人舌舌的感受则是特殊快适的，由此而形成了最初的美的观念内涵，此说也被称为“羊大为美”。这种解释将“美”字分解成“羊”与“大”两个部分，并且“大”是对“羊”的修饰和限定，“大”在这里是与“小”相对应的某种性质。可以形成佐证的是，“羊”在古代确实十分重要，羊常常与吉祥、幸福、大吉大利相关联，羊——祥——善——美，在词源上和字体结构上的联系并不是偶然的。

此说的特点在于，它更多地从对象给予人的物质功利方面的满足来解释早期美的观念的构成，这自然有其道理。先民们

处于生产力极度低下的状况，求生存是最基本的欲望，所以“口腹之欲”的满足在先民那里并不是现代人意义上的纯粹享受，而有占有物质对象以求生存的含义。从实际用途上看，中国文化中比较广泛地追求“味美”，《荀子·王霸》称“口好味”；《吕氏春秋·本味》中有诸如“菜之美”、“果之美”、“饭之美”、“肉之美”、“鱼之美”、“和之美”等等说法。以此延伸开去，中国文化中对艺术对象（例如诗、画）和其他审美对象（如自然景色）都习惯以“品味”一词去描述意味深长的审美欣赏过程。中国人多习惯用“有味儿”（或“无味儿”）来表达其审美感受。例如“这首诗写的挺有味儿”，或“那首曲子挺有味儿”等等。汉语词汇中，“趣”常常同“味”结伴组成“趣味”一词，这同西方语言中“兴趣”一词的表达方式确实有差异。

但此说的基本要义在于传达出某种感性的感官的感受，这种感受严格说来因个体不同而具有微妙的差异，但在味觉感官上的那份满足心理却期望着获得认同，就此可以说，该“期望”推动了传播行为。这是颇引人注目也颇有“趣味”的特点。

(2) 可以简称为“巫舞说”。此说将“美”字分解为两部分，上面为“羊”，下面为“人”（在古代语言中，“大”亦与“人”相通）。下边这“大”（人）并不是“羊”的修饰语而是并存者，人羊共同构成巫术舞蹈（在远古，巫术仪式与舞共生一体）的造型，上面的“羊”也可解释为“羊面具”、“羊皮”或“羊头”，人以此装扮载歌载舞举行巫术活动，在追求吉祥好运的祈祷过程中，参与者无形中精神上会兴奋，在心理上也会愉悦满足，这正是巫术亦是舞蹈的效果。由于此说将“美”字分解为“羊”与“人”两部分，所以也称为“羊人为美”

说。与前说相比较，此说更偏重在强调早期美的观念中的精神情绪方面的满足，已经具有某种超越物质功利的意味。我们知道，严格意义上的审美是人所独有的活动，它是人追求自由的象征活动，虽然早期人类受必然性的限制更大更多，但既为人，则在精神上总有对必然性超越以达到自由性的祈望，此说着重于此，自有其宗教意义。当然，也要看到，先民的巫术活动弥漫于他们所有行为甚至思维方式之中，所以在那种精神情绪满足过程中也含有功利目的（例如为狩猎而举行的巫术舞蹈）。审美更大程度的独立性和自然性的实现，还有赖于物质文明的进一步发展和精神与心灵的进一步解放。

著名的德国艺术史家格罗塞（1862—1927）在对布须曼和爱斯基摩等原始部落的舞蹈进行详细的考察后，作了这样一段非常精辟的总结：“剧烈动作和节奏动作的快感、模拟快感、强烈的情绪流露中的快感——这些成分给热情以一种充分的解释，原始人类就是用这种热情来研究舞蹈艺术的。最强烈而又最直接地体验到舞蹈的快感的自然是舞蹈者自己。但是充溢于舞蹈者之间的快感，也同样可以拓展到观众，而且观众更进一步享有舞蹈者所不能享受的快乐，舞蹈者不能看见他自己或者他的同伴，也不能和观众一样可以欣赏那种雄伟的、规律的、交错的动作，单独的和合群的景象。他感觉到舞蹈，却看不见舞蹈；观众没有感觉到舞蹈，倒看见舞蹈。在另一方面，舞蹈者由于知道他已经引起观众对他的善意和赞赏也可以得到一种补偿。因为这个缘故双方都激起了热烈的兴奋；他们渐为音调和动作所陶醉了；热情愈涨愈高，最后发展到成为一种真正的狂热，这种狂热发生不少的暴行。……所以他们会举行跳舞以

恐吓或谄媚幽灵和恶魔。”^①

很明显，这里的审美心理意识更多的趋向于传播神灵，无论是人格神灵还是自然神灵，先民的巫术仪式在呼唤神灵的同时也即在传达着对神灵顶礼膜拜时所产生的神秘快感。

即使对于现代人类，要领略这一传播过程中的神圣的（也是谦卑的）、崇拜的（也是恐惧的）、无限的（也是有限的）、心理的（也是官能的）复合性审美快感也并不困难，在音乐中，在诗中，在各种优秀的艺术品的欣赏中很容易产生某种“人神融合”、“天人合一”之感，传播在这里成了人与天、人与神的沟通交流渠道。

(3) 可简称为“美色说”。指早期美的观念中包含的两性之间的性魅力的因素，更准确地说，是对妇女性魅力感受的描述。《马氏文通》作者马建中认为，“媠”乃“美”的初文，二者实乃同义。而《说文解字》释美为：“媠，色好也。”而“好”在古代又与“悦”（即“说”）、“喜”、“美”通训，“色”本指性方面的魅力。《孟子·告子上》称：“告子曰：食、色，性也。”《礼记·礼运》有：“饮食、男女，人之大欲存焉”。在古代，“美”多描述形体容貌给予人的美感，一般都把“丑”作为美的对立概念，表示丑多用“恶”字，其上部“亚”是一畸形人体，“像人局背之形”（见《说文解字》），“美”“恶”对言，表征的正是容貌形体方面的特征。《淮南子·修务训》中记有丑女典型嫫母和伧傜，虽浓施粉黛亦于事无补，指的也是容貌。

古希腊神话中著名司爱与司美之女神阿弗洛狄忒（即罗马神话中之维纳斯），其双重职能的合一，也许最能揭示传达出

^① 格罗塞：《艺术的起源》第168页，商务印书馆1984年版。

古人爱与美为一体的事实。在中国最早的那类文学作品中，也能看出对美女的描写与情感上的追求融为一体的情况，如《诗经》中的《硕人》、《猗嗟》；《楚辞》中的《招魂》、《大招》等，宋玉的《神女赋》、《登徒子好色赋》，司马相如的《上林赋》，曹植《洛神赋》等等，都将这种对美女（或女神）心醉神迷的美感演绎到极致。

此说的特征，在于从人的生命与情感方面赋予美的观念及内容。

艺术作品中大量的两性悲欢离合的恋情讴歌，在艺术传播中有着举足轻重的份额，这个事实也许正印证了另一个事实，即审美心理、审美活动同信息传播早已结下不解之缘。

美必须得到表达，美只有经心灵的传播方能显示其审美价值。

20世纪以来，随着学界对人类早期精神活动研究的逐渐深入，在心理学、人类学、美学、文化学、语言学、艺术学、宗教学、哲学等领域研究的种种突破，人类对自己童年阶段的心理结构的了解也日趋清晰起来，布留尔的《原始思维》、弗雷泽的《金枝》、卡西尔的《人论》、列维—斯特劳斯的《野性思维》，以及弗洛伊德的精神分析学说、荣格的“集体无意识（原型）理论”、弗莱的文艺人类学理论等等，都在某些方面给人们理解人类童年的艺术审美心理以启示，同时也让人进一步将这种心理同传播行为的思考分析联系起来。

近年来，关于审美意识起源于“羊繁衍祈祷”一说，也可谓对传播与审美心理的早期关系加进了一个新注释。该说认为：从甲骨文中很普遍的占卜句式“帚△娩幼”中，能强烈地体验到先民由占卜传达出的对人自身族群人口繁衍的焦虑不安，克服此焦虑不安的重要仪式即是问卜占爻，在日常畜牧生

产实践中羊的繁衍分娩的极为顺利安全，将先民的对人生命繁殖的热望倾注于羊（或羊神灵）身上，祈祷着妇女的临盆分娩像母羊产小羊般安全吉祥。基于此，据推测，甲骨文中“𦍋”一字也就是最早的汉字“美”的异体字，它关涉到羊以及怀孕的便便大腹。在这种对“美”的解说中，仍然突出了审美意识的主动表达与传播，审美心理并不在那里封闭性地自足自乐，而是传达于神灵、祈求神灵的回应与庇护，在传播中审美意识发生、发展，并逐渐走向自觉。

纪实性影视作品，常常能够以第一手的原生态镜头资料，保存和传播某些古老民族的生活习俗和生活场景。像《鄂伦春人》、《藏北人家》、《最后一个萨满》、《丽江纳西族的文化艺术》等影片，细心去看，都能见出信息传播活动同古老传统的审美精神之间的密切关系。

二、美学：一门具有独立价值的学科

美学到底是一门什么学问？美学在什么情况下成为一门具有独立价值的学科？美学的独特学科性给信息传播提供了何种可能性？事实上，审美意识从人类诞生之初即已产生，但要形成系统的美学思想，则要晚得多。美学成为一门独立的而不是依附的学科，则是近代以来的事了。

在中国，古代美学一直同生活实践紧密联系在一起。和西方美学不同，中国古代美学思想有其特殊的内在系统结构，也有其朴素的认识与直觉相统一的思维形式。它不是将美的本质与美的现象分离开去进行思考，因而不像西方美学对美的本质所得出的那种思辨的形而上学的结论。同时，中国古代关于美的思想广泛地散见在生活的各个领域如人生思索、伦理规范、