

——
电影作品与受众接受心理的分析及互动

影像叙事·受众心理

王晓晓 著



南海出版公司

影像叙事 · 受众心理

——电影作品与受众接受心理的分析及互动

王晓晓 著

南海出版公司

2018 · 海口

图书在版编目(CIP)数据

影像叙事·受众心理:电影作品与受众接受心理的
分析及互动 / 王晓晓著. — 海口:南海出版公司,
2018.8

ISBN 978-7-5442-9127-9

I. ①影… II. ①王… III. ①电影—受众—心理—研
究 IV. ①J943.13

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 195489 号

影像叙事·受众心理

——电影作品与受众接受心理的分析及互动

YINGXIANG XUSHI·SHOUZHONG XINLI

——DIANYING ZUOPIN YU SHOUZHONG JIESHOU XINLI DE FENXI JI HUDONG

作 者 王晓晓

责任编辑 何怡欣 李玫霖

责任校对 徐少音

出版发行 南海出版公司 电话:(0898)66568511(出版) 65350227(发行)

地 址 海南省海口市海秀中路 51 号星华大厦五楼 邮编:570206

电子邮箱 nhpublishing@163.com

印 刷 海南海狮印刷有限公司

开 本 889mm × 1194mm 1/32

印 张 6.25

字 数 162 千

版 次 2018 年 8 月第 1 版 2018 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5442-9127-9

定 价 25.00 元

南海版图书 版权所有 盗版必究



王晓晓，女，山西晋
中师范大
学人，海
南师范大
学教师，
讲师。2011
年获得文
学硕士学
位。研究
方向为影
视语言、
媒介发
展与思
想政治
教育等。

责任编辑：何怡欣 李玫霖
封面设计：王秀义

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

影像叙事是围绕受众接受心理的 一场圆舞曲 (代序)

摆在读者面前的这本《影像叙事·受众心理——电影作品与受众接受心理的分析及互动》是王晓晓多年来对影像叙事深入思考的一次文本呈现。王晓晓是我的硕士研究生，关于影像叙事与受众心理研究，是她在读研期间选择的研究方向，并在阅读了大量相关研究成果的基础上，从一个年轻学者的角度，对这一选题进行了深入的思考，完成了自己的硕士毕业论文。走上教学岗位以后，王晓晓结合近年来的教学实践和学术思考，终于向学界献上了自己的研究成果，值得欣慰。

早在 20 世纪 60 年代，麦克卢汉在其代表作《理解媒介：论人的延伸》中提出媒介延伸论，认为媒介是人的感觉能力的延伸或扩展。如果说电报、电话、电影等媒介已经使得人的感知能力得到提升，让麦克卢汉得到“媒介是塑造历史和社会的隐蔽力量”的结论，那么，在进入数字化传播的今天，随着以互联网为代表的媒介和以 3D^①、VR^②、AR^③、全息技术^④等为代表

①3D 是英文 3 Dimensions 的缩写，指三维空间，即由长、宽、高三个维度构成的空间。

②VR 是英文 Virtual Reality 的缩写，指虚拟现实，具体指借助计算机及传感器技术创造的一种崭新的人机交互手段。

③AR 是英文 Augmented Reality 的缩写，指增强现实，具体指利用角度精算、图像分析等技术，让屏幕上的虚拟世界能够与现实世界进行结合与互动。

④全息技术是利用光的干涉原理记录物体光波信息，并利用光的衍射原理重现光波信息的一种立体光波重现技术，具有真实的视觉效应。

的传播技术的发展,媒介所具有或者潜在具有“改变和塑造生活”的力量不可谓不巨大。

在发挥媒介力量的同时,我们不得不研究如何提高媒介符号的传播效果。从工业信息的角度来看,这里应该包括两个方向:一是通过降低传播过程中的干扰,即“降低噪音”;二是寻求传播捷径,以最短的传播过程去传播最大量的信息。

信息传播的最终归宿是人,最终介质也是人,因此,不管是降低传播过程中的“噪音”,还是寻求传播捷径,最核心的问题在于如何更好地让传播过程和方式适应人的感知习惯,符合受众的接受心理。一般来说,只有最大限度地让媒介现实与社会现实重合,让受众“信以为真”,才能达到最好的传播效果。

不过,媒介现实与社会现实还存在一种分离的趋势,即信源操纵者意图通过某种艺术化的表达方式,过度放大或者缩小社会现实中的某种因素,以求达到超越现实社会的艺术效果。即便如此,这种表达方式也要符合受众的接受心理,可以说,信息传播是围绕受众接受心理的一场圆舞曲。

自电影、电视等媒介诞生以来,视觉传播一直是媒介研究的重点领域。作为视觉传播的核心要点,影像无论是在现实生活中,还是在新闻传播的学术研究中,都成为关注的焦点。而在现代传播技术中,随着影像科技的飞速进步,影像载体、播放环境、传播方式都发生了深刻的变化,影像本体的变化更在潜移默化中影响着受众对于影像的接受心理和接收方式,甚至培育着他们的接受习惯。

近年来,3D电影逐渐普及,二维到三维的突破,不仅是传播技术的更新迭代,更是受众接受方式的极大解放。传统电影中,故事情节、画面色彩方面往往是吸引受众的重要手段,但随着新传播技术的发展,大量的奇观画面、气势恢宏的场面给人以

超现实的惊奇感，将观众从二维画面中“解放”出来，难怪有人惊呼“特效已经成了大卖点”。

因此，研究影像叙事与受众心理的另外一层意义也浮出了水面：如何以影像叙事满足受众心理（即影像成了新的接受形式的延伸），对受众心理产生冲击，最终赢得好的口碑，以实现电影的经济价值。纵观近年来中外的高票房电影，无不以其独特的叙事方式获得口口相传的美誉，这其中可能包括情节、特效、节奏、呈现技术等多个方面的原因。而像《阿凡达》这种高居全球票房之首的影片，几乎得力于现代影像技术。

影像叙事与受众接受两者之间是相互影响和相互促进的。影像叙事既需要实现其内容的传播价值，同时，市场经济价值也不容忽视。受众不断提升的审美情趣更是对影像叙事的水平提出了更高的要求。因此，关于影像叙事与受众接受心理的研究就显得极为迫切。

本书首先从叙事学和电影受众学入手，指出影视作品创作过程是无法摆脱创作者的个人意识和思维模式的，创作者通过影视作品这一载体表达了个人对世界的认识以及所要表达的情感。叙事方式也是创作者的一种话语表达，作者通过提纲挈领式的导入，为读者对影像叙事的认识设置了一个前置背景。

其次，本书围绕电影声画影像、受众接受心理特点、影像叙事过程与受众接受心理的互动、影像叙事方式、后殖民语境下的影像叙事等方面，对影像叙事中的受众接受作了一个系统的阐述，视角全面，基本上涵盖了对影像叙事研究的常规通道。

再者，作者在研究和论述过程中，大量收集了有代表性的影视作品进行文本分析和对比分析，深入浅出。例如在比较分析方面，作者对比了国产动画《大鱼海棠》和迪士尼出品的动画《疯狂动物城》，认为《大鱼海棠》这部制作了十二年的动画因

为叙事逻辑的混乱、故事情节的平淡，“槽点”颇多，但其对中国神话意象的塑造逼真唯美，画面颜色鲜艳，富有意境；国内硬件技术有限，这是国产动画与迪士尼、梦工厂等“巨头”的动画在技术上的差距。

值得一提的是，该书还引入了对当下最新的传播技术的研究与思考，包括3D、4K^①、VR等技术，比较全面地阐述了数字技术对电影叙事线索的时空重构，以及在最新的数字媒体技术环境下影像叙事与受众接受的新特征。综观整本书的体系，作者把影像叙事和受众接受心理巧妙地联系在一起，既有深度又不可谓不全面。

学术研究是一个不断积累的过程，这个过程是值得我们去珍惜的。对于个人而言，更是如此。能够坚守自己的研究，总会一步步走向成功的，这同样是一种学术良心。

诚然，受研究者的研究视角、研究价值及所处时代的人类认知水平局限性的影响，学术研究中的每一个阶段性成果都有其局限性和不足。随着传播技术的快速更新，受众面临着越来越多的选择，受众接受心理也随着传播技术的进步不断表现出新特征。这也正是本书对于我们传统研究的一种“代沟”，体现了年轻人对于新事物的敏感。正因如此，研究影像叙事和受众心理，是一条永远走不完的路和一条需要永远走下去的路。

郝朴宁

2017年6月

^①4K是一个图像分辨率概念，电影发行领域中常用的4K分辨率指影片每一帧画面的像素为4096×2160，按照国际通用的DCI（数字影院创导组织）影院标准能够达到高清分辨率的4倍，再配合鲜艳的色彩、超真实的音效，能够给观众带来极大的观影享受。

前 言

英国著名小说家毛姆曾说：“人们渴望听故事，就如同财产观念一样，是根深蒂固于人的本性之中的。”^①“叙事，讲故事，是人类进行交流的一个古老传统。”^②“从远古时代起，人类从来没有停止过讲故事的活动。巫师和祭师在神坛山讲故事，吟游诗人在村社和集市里讲故事，说书艺人在勾栏瓦舍中讲故事，老奶奶在炉边讲故事……人们听得如痴如醉，通过对故事中人物的同情关照自己的人生。从某种意义上来说，人正是通过故事来理解生活的。”^③自古以来，叙事的介质经历了最初的形体、表情、话语和文字。文字的出现使得叙事打破了面对面交流方式的局限，并使其存在的时空得以超越和拓展，继而出现了文学、喜剧等叙事艺术。在图像时代，多数人更愿意去搜索和接受影像，而不是文字。古希腊神话中纳卡索斯对自己在湖中的倒影的迷恋，柏拉图《理想国》中那些永远不能回头的人们对火把投射在洞穴墙壁上的影像所感到的惊奇与迷惑，拉康镜像理论中婴儿面对自己镜像时的狂喜，似乎都暗示了人类对影像最原始的冲动与迷

①刘婷：《影像叙事》，中国传媒大学出版社，2006，第52页。

②宋家玲：《论电影叙事之当代生存状态》，转引自宋家玲《电影学前沿》，中国传媒大学出版社，2006，第117页。

③苗棣、赵长军：《论通俗文化——美国电视剧类型分析》，北京广播学院出版社，2004，第1页（前言）。

恋。而影像手段的诞生,使得图像成为最新鲜的、最时尚的、最形象的叙事方式,电影和电视相继加入到叙事艺术的行列中来。今天,电影和电视更是世界文化传媒中传播最广、最快,对人们的思想意识、生活方式影响最大的艺术创造和文化传播方式。电影理论家巴拉兹说:“现在,电影就在我们的文化领域里开辟了一个新的方向。每天晚上有成千上万的人坐在电影院里,不需要看许多文字说明,纯粹通过视觉来体验事件、性格、感觉、情绪甚至思想。因为文字不足以说明画面的精神内容,它只是还不很完美的艺术形式的一种过渡性工具。人类早就学会了手势、动作和面部表情这一丰富多彩的语言,这并不是代替说话的符号语(就像聋哑人所用的那种语言),而是一种可见的直接表达肉体内部的心灵的工具。于是,人又重新变得可见了。”^①

人们在经历了种种磨难后,对复杂的社会生活、对自身和命运的认识逐步深化,对作品表现生活的深刻性的要求日趋强烈。受众对生活品质有更高的追求,这促使他们要求影视艺术作品在反映现实生活方面进行更深层次的思索与探求,甚至与创作者进行共同的创造。人们对日常生活中普通人的命运倍加关注,因而要求有相应的新的艺术形态来反映和满足人们的心理和需求,要求影视艺术以新的内容和形式去适应这种新的变化。“故事成为人类谋求幸福的捷径。”^②观众对作品所表现或剖解的人物的要求,已不是概念化和理想化的了,而是真实的、普通的、与生活最接近的。重温霍华德·劳逊的话,“电影是一种无比的社会力量,它给予千百万人以文化生活,并给他们解释生活,这种解释

①陈犀禾、吴小丽:《影视批评:理论和实践》,转引自贺云飞《拉康主体建构理论与电影解读》,硕士学位论文,内蒙古大学,2011,第28页。

②刘婷:《影像叙事》,中国传媒大学出版社,2006,第52页。

影响到他们的信仰、习惯和情绪状态。很多善于思考的人都认为电影足以（至少有可能）扩大人的眼界，刺激起创造的精神”^①。也就是说，影视艺术正以新的形象体系、新的时空观念、新的叙事方式，增强和改变着当代人对主客体世界的认识，并直接影响着人们的价值观念和思维方式。

接受美学理论认为，艺术创作过程的完成并非艺术活动的完成，只有接受者接受的完成才是艺术活动整体过程的终结，接受主体对作品的接受是一个不可或缺的环节。这一理论当然也适用于影视创作。影视传播活动是由影视创作者和受众共同参与完成的，电影受众是影视作品信息的接受者，也是影视作品的最终检验者。任何影视作品在未被接受者欣赏前都是未完成本，其作品的意义是潜在的、未知的，它的社会价值和审美价值只有经过接受者的接受和再创造才能实现。随着现代传播技术与手段的发展与完善，以及不断发展变化的观众审美观念对影视艺术提出的更高要求，影视艺术进入了一个新的黄金时代，其形态、特征以及与生活、观众的关系都发生了深刻变化，特别是在影视与生活、影视与现实、影视与观众的关系中，体现出了新的美学发展趋势。

传播是以受众为中心的，这是媒体成熟化的一个重要表现，也是参与媒体竞争的一个立足点和重要策略。事实上，受众作为传播活动的终端（这里指狭义上的终端），其心理与兴趣的变化不仅影响着传播活动本身，受众接受的传播成效也成了检验传播活动成果的唯一标准。尤其是在这个以受众为中心的快节奏消费时代，影视作品能否在第一时间抓住受众的心理，对其生存发展

^①约翰·霍华德·劳逊：《戏剧与电影的剧作理论与技巧》，齐宙译，中国电影出版社，1978，第382页。

至关重要。

匈牙利电影理论家、著名编剧贝拉·巴拉兹认为，电影艺术对于观众的思想影响远远超过其他艺术表现形式。“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。”^① 法国著名电影理论家让·米特里依据科学研究成果，对电影影像的叙事含义做出说明，“任何电影影像都包含三层含义：第一层是影像的知觉层，即影像呈现的光影物理层面；第二层是影像的叙事层，任何具有清晰知觉层次的影像均能承载一定的叙事功能；第三层便是影像的诗意层面，是影像含义中除去容易被人识别的知觉层次和叙事层次之外的表意层面”^②。

周安华在《电影艺术理论》之导论中指出，“电影的表象是影像，灵魂也是影像。百年电影思想的精髓是依据视觉思维，通过镜像传达意义和价值”^③。影视是一种具有艺术和传播双重性质的传播媒介。因此，对于本书主题词之一“电影影像”的叙事研究也将具备艺术学和传播学的双重视野。同时，书名表明本书将把艺术和传播过程中的接受者心理状态作为研究对象，着重从受众接受心理的角度研究分析影像叙事和传播的艺术特性，这也要求从心理学和接受美学的角度分析受众对电影影像的接受心理。另外，本书还将把研究背景和研究情况置于民族现实语境、后殖民语境下，拓宽研究成果的实用领域，深入成果的实践。

叙事学中的“叙事”与传统意义上的“讲故事”概念有很大的不同，传统意义的“讲故事”概念偏重于其内容，即故事

①贝拉·巴拉兹：《电影美学》，何力译，中国电影出版社，2003，第18页。

②刘婷：《影像叙事》，中国传媒大学出版社，2006，第51页。

③周安华：《电影艺术理论》，中国广播电视出版社，2005，第5页（导论）。

讲了“什么”，而本文中的“叙事”更关注的是“怎样讲”和采用什么样的“方法与模式”讲。对于怎么讲故事，目前国内、国外对影视叙事方式、结构和叙事策略的研究已经很多，影视叙事学正逐步完善。

随着电影等大众媒介的出现，人类社会由原来的文字时代进入了现在的图像时代。“影视的出现迅速打破了文字符号在信息传播中的统治地位，而代之以形象逼真的图像符号，使人类在感知处理信息的时候，在一个更高层上回归到‘视’‘听’并重的时代，信息传播以图像符号为载体，使信息量得到大大的增加。”^① 影视艺术因其视觉性、直观性、生动性迅速进入到人们的生活，其地位也得到日益提高。贾磊磊提出：“电影是一种声画兼具，动变结合，时空一体的影像艺术。它借助于现代科技的力量，采用化学感光 and 数字化的成像方式，根据人的‘视觉暂留原理’，通过模拟拟人对现实世界的感知方式，直接作用于人的感知系统，建立了与观众幻觉化的认同机制。”^② 赵智、彭文忠在其著作《影像解读》中，曾对影像这样做了定义：“影像是指通过光学装置、电子装置、数字装置和感光材料、记录装置等感受光线，将由对光的反射造成的被摄物的外形和光的投射通过化学反应、电子脉冲或电磁场中的变化获得图像，并记录下来、存储在媒介中，必要时，再进行复制或使其重复呈现出的‘物的影像’。”^③ 在该著作中，作者认为影像包括三类，分别是静止摄影影像、电影影像、电视影像。对于影视艺术来说，它主要是依靠运动着的声音影像（自然音响、音乐音响等）和画面影像

①许文郁：《解构影视幻境》，中国社会科学出版社，2004，第261页。

②贾磊磊：《论“影”“视”艺术的相同与差异》，《文学研究》2005年第1期，第95—96页。

③赵智、彭文忠：《影像解读》，湖南人民出版社，2006，第4页。

(图像、字幕等)来完成叙事的。因此,本书的核心词之一“电影影像”,指的便是院线制的电影中运动的画面影像和声音影像。这同时,也与当前新兴起的手机电影、网络电影、电视电影中的影像相区分。

另外,目前关于影视受众的研究著作中,多数都是把电影受众和电视受众融合在一起来研究的,而电影艺术与电视艺术两者在接受过程以及受众接受心理机制方面还是有明显的区别。本书以院线制的电影影像和受众为研究对象,结合心理学、受众心理学、接受美学等学科知识和研究成果,重点研究受众在接受电影影像过程中形成的接受心理机制。

内容摘要

文化市场竞争日益激烈，受众接受心理呈现多元态势，创作者必须充分把握受众的接受心理模式，才能赢得更多的受众市场。不断发展变化的观众审美观念对影视艺术提出了更高的要求。因此，创作者只有深入分析受众的心理需求和兴趣所在，选择受众期待的叙事方式，才能满足受众的期待视野，真正与受众产生精神上的共鸣。

从受众的接受角度分析影像叙事，正是对当前注重艺术创作与受众接受互动效应的迎合。本书一共分为七章，将以影视叙事载体之一的电影影像为研究起点，结合心理学、受众心理学、接受美学等学科知识和研究成果，重点研究受众在接受电影影像过程中形成的接受心理机制。

第一章，对叙事学及影像叙事学、电影受众学及受众心理学的研究概况做了综述。明确了电影受众的地位，并将实验心理学和精神分析学联系到受众研究领域。

第二章，分别从画面影像和声音影像的独特特征研究了电影声画影像的叙事本体特性。认为画面影像具有独特的话语表达力量，并分析了电影画面影像结构的直观性表达，画面影像结构具有的隐喻性、叙事性、象征性。奇观画面影像具有的独特叙事魅力，即奇观画面影像的表象功能与表意功能及在特定时空下产生

特殊的视觉暗示和心理感受。在对画面影像叙事的阶段性阐释中,从无声电影时期和有声电影时期结合声音影像的特性分别论述,并分析了字幕影像在电影影像叙事中负载的独特意义。在对特写镜头的叙事意义表述的基础上,认为特写镜头赋予了画面影像独特的抒情力量和无与伦比的征服力。除此之外,认为电影声音影像是电影叙事中的交响曲,而蒙太奇则是声画影像叙事的“纽带”与“佐料”。作为叙事手段的蒙太奇,增强了影像叙事的节奏性;作为思维方式的蒙太奇,增强了影像叙事的戏剧性。电影通过蒙太奇手法实现影像叙事时间的畸变。

第三章,从惯性系统中的惯性接受心理、受众接受的审美感知心理特征、受众接受心理呈多元态势三方面对电影受众的接受心理特点进行分析,并在第四节中对我国电影受众接受心理的独特性进行了深层次的探索。从审美心理的角度看,儒家思想为中国受众的接受思维方式打上深深的烙印,中国影视受众偏爱道德性内容和启悟性影视作品;从传统文化的角度看,中国电影受众呈现出独特的民族审美心理特质。

第四章,探究了影像叙事与受众接受心理的互动过程。影像叙事过程即创作者的表达过程和影视传播过程,影像符号促成了文本图像与受众思维的互动。在对受众影像接受过程中的镜像阶段认识的基础上,笔者又提出了受众心理定势决定其接受过程中的“解码”与“再创造”,受众的个人“先在结构”直接影响其对影像的接受效果。另外,由于影像叙事本身服从心理学的法则、影像传播与受众接受的同一性、影像叙事与受众接受心理的对接、创作者在影像叙事过程中假定受众、影像叙事过程对受众的依赖和引导,这样,影像叙事过程与受众接受过程之间形成一种印嵌关系。最后,在接受美学视野下探析了影像叙事与受众接受的互动,认为影视作品要努力满足受众的期待视野。