

献给电影100年(1895—1995)

电影学新论丛书

电影观众学

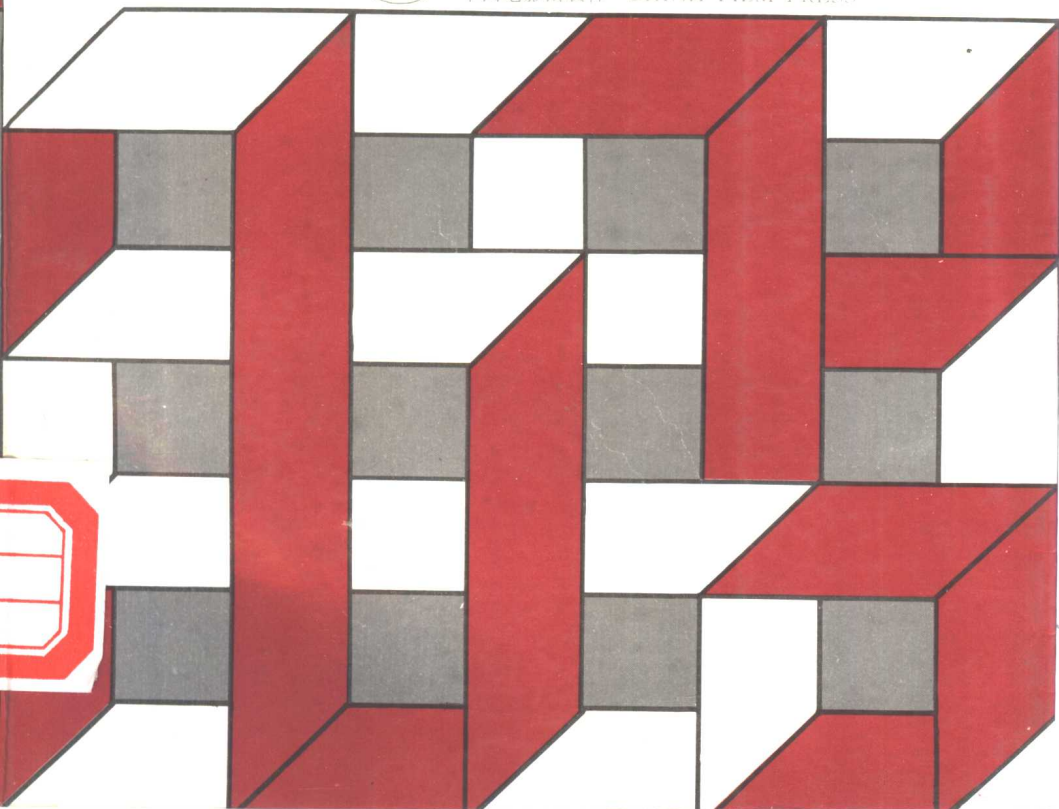
□ 章柏青

著

□ 张 卫

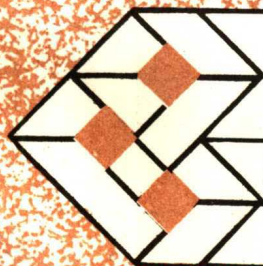


中国电影出版社 CHINA FILM PRESS



J90
-161

献给电影100年 (1895-1995)



电影观众学

□章柏青 张卫 著

中国电影出版社1994 北京

内 容 说 明

本书系我主编辑出版“电影学新论丛书”之一种。

著名借鉴汲取了心理学、生理学、社会学、接受美学、艺术符号学等诸多学科研究成果,结合中国观众在发族文化积淀中形成的审美思维结构,多角度、全方位地阐述论析了观众与电影的各方面课题,并在分门别类详尽的电影观众调查统计基础上,剖析了中国电影现状。

本书虽名《电影观众学》,亦可视为从观众学角度切入,论析电影创作艺术及其审美规律之著。全书15章,概述举纲提要,详论掘幽发微,旁征博引,深入浅出,论述精当,是一部颇具系统性、学术性的电影学论著。

责任编辑:陈玉通

封面设计:张 梅

版式设计:王生才

责任校对:洁 莹

电影观众学

中国 电影 出版社 出版 发行

(北京北三环东路22号)

丰华印刷厂印刷 新华书店经销

开本:850×1168毫米 1/32 印张:11.125 插页: (平)2
(精)5

字数:260000 印数:3500册

1994年6月第1版北京第1次印刷

ISBN 7-106-00949-0/J·0473 定价:(平)9.40元

ISBN 7-106-00948-2/J·0472 定价:(精)11.00元

目 录

第一章 电影观众学导论

第一节 电影观众学的研究对象和内容	(1)
一 观影心理结构	(2)
二 观影过程	(3)
三 观影欣赏反应	(4)
四 电影与观众的相互作用	(5)
五 观众群体和个体的描述和类分	(5)
六 观众学批评	(6)
第二节 电影观众学与其它学科的联系与区别	(7)
一 电影观众学与电影心理学	(7)
二 电影观众学与电影美学	(7)
三 电影观众学与社会学	(8)
四 电影观众学与接受美学	(8)
五 电影观众学与文化学	(8)
六 电影观众学与传播学	(9)
七 电影观众学与叙事学	(9)
八 电影观众学与电影市场学	(9)
第三节 电影观众学的研究方法和途径	(10)

第二章 电影观众研究的历史与现状 (13)

第一节 中国电影观众研究的历史回顾与现状描述	(13)
第二节 世界电影观众研究的历史回顾与现状描述	(19)

第三章 观赏电影作品的先在结构	(28)
第一节 先在结构对电影观赏的决定和影响	(28)
第二节 先在结构中的文化因素	(30)
第三节 先在结构中的经验图式	(31)
第四节 先在结构中的个性心理	(33)
第五节 先在结构中的知识积累	(34)
第六节 先在结构中的本能愿望	(35)
第七节 先在结构中的时代影响	(36)
第八节 先在结构的功能作用	(39)
 第四章 观赏电影作品的视觉心理	 (41)
第一节 影像运动的观赏知觉	(41)
一 运动型影片的发行放映实绩	(41)
二 影像运动吸引观众之谜	(45)
三 位移：观众感知影像运动的视觉条件	(46)
四 感知·影像的从属等级关系与运动	(48)
五 感知·色彩明暗与影像运动	(50)
六 感知·框架与物体的互逆运动	(50)
七 感知·影像运动的方向与速度	(52)
八 感知·被摄物的大小与运动速度	(53)
九 感知·影像运动的内在动力和外在动力	(54)
第二节 观众对影像色彩的观赏知觉	(56)
一 观众对色彩的生理反应	(56)
二 人眼对色彩的感知原理	(59)
三 观众视觉的色疲劳	(59)
四 观众视觉的色对比	(60)
五 观众对互补色的感知	(61)
六 观众对色温的感知	(62)
七 观众对色彩性质的理解	(63)

八 观众对色彩重量的感知	(64)
九 观众对影像色彩流动的感知	(64)
十 观众对色彩真实的要求	(65)
十一 观众对影像色彩的感知差别	(66)
第三节 观影视觉中的简化倾向	(68)
一 简化略说	(68)
二 简化与结构的统一	(69)
三 简化·记忆图式对画面图式的应合与改造	(71)
四 简化·画面结构与意义结构的对应与吻合	(76)
五 简化·画面图式与心理需要的对立吻合	(77)
六 简化·选择自然事物中力的样式	(78)
第四节 观众对平衡构图的视觉反应	(79)
一 画面的构图平衡与视觉愉悦	(79)
二 观众喜欢平衡构图的心理原因	(80)
三 构图平衡与意义的确定	(82)
第五节 观众对倾斜构图的视觉反应	(85)
一 倾斜构图与视觉刺激	(85)
二 观众期待倾斜构图的心理原因	(85)
三 倾斜构图欣赏需要的历史发展	(86)
四 从倾斜构图中感知运动	(87)
第五章 观赏电影的情绪心理	(90)
第一节 观影作为情绪体验	(90)
第二节 观片过程中的情绪类型	(91)
第三节 观片情绪产生的前提	(91)
第四节 情绪的产生	(93)
一 深层能量	(94)
二 影像刺激	(94)
1 恐惧的产生	(94)

2 焦虑的产生	(96)
3 愤怒的产生	(96)
4 欢乐的产生	(97)
5 悲哀的产生	(97)
三 评价与认知	(98)
四 后天学习	(99)
五 演员表情引发的情绪	(99)
第五节 情绪的表现	(100)
第六节 观赏电影的情感过程	(102)
第七节 观片情感的作用	(103)
第八节 观片情绪的特点	(106)

第六章 华夏文化观影心理描述

——中国电影观众的观片格式塔	(108)
第一节 观片文化心理结构概说	(108)
第二节 教化需求	(112)
第三节 人生态度	(115)
第四节 伦理观念	(119)
第五节 情感方式	(121)
第六节 怜悯仁爱	(123)
第七节 团圆之趣	(126)
第八节 视觉方式	(130)

第七章 面对观众的电影叙事

第一节 叙事依赖观众	(135)
第二节 叙事假定观众	(136)
第三节 叙事尊重观众	(139)
第四节 叙事引导观众	(143)
第五节 叙事控制观众	(148)

第六节	叙事改变观众·····	(155)
第八章	面对叙事的电影观众·····	(157)
第一节	阅读好恶·····	(158)
第二节	阅读过程·····	(167)
第三节	阅读创造·····	(172)
第四节	阅读理解·····	(175)
第五节	阅读变化·····	(177)
第六节	阅读自尊·····	(178)
第九章	纪实片的电影机制与欣赏同化·····	(180)
第一节	纪实片的存在理由	
——	观众对纪实片的心理欲求和期待视野·····	(181)
第二节	纪实影片的电影机制	
——	纪实美学指导下的影像符号系统·····	(190)
第三节	纪实手段的自身局限	
——	无法精确全面地复原现实·····	(194)
第四节	纪录真实的依赖凭靠	
——	观赏影片的心理经验·····	(197)
第五节	纪实影片的最新发展	
——	纪实片由美学原则转向纪实风格·····	(203)
第十章	实验片的电影机制与欣赏同化·····	(208)
第一节	实验电影的观众·····	(208)
第二节	观众对实验片的期待视野·····	(211)
第三节	实验片的电影机制·····	(213)
第四节	拟想观众的呼应与普通观众的接受·····	(225)
附录	探索的超前度与继承的固守量·····	(227)

第十一章 娱乐片的电影机制与欣赏愉悦	(231)
第一节 观众身心愉悦之一：视觉快乐.....	(232)
第二节 观众身心愉悦之二：替代满足.....	(236)
第三节 观众身心愉悦之三：紧张刺激.....	(237)
第四节 观众身心愉悦之四：审美升华.....	(246)
第十二章 观众群体	(248)
第一节 电影观众群的总体特性.....	(248)
一 电影院观众反应的集体性.....	(248)
二 片目选择的趋同性.....	(250)
三 文化阶层的差异性.....	(251)
四 地理区域的差异性.....	(253)
五 接受本文的意识形态性.....	(259)
六 时代的变迁性.....	(260)
第二节 观众群类型分析.....	(263)
一 工人群体.....	(263)
二 农民群体.....	(266)
三 知识分子（以大学生为主）群体.....	(271)
四 军人群体.....	(276)
五 老年观众群体.....	(279)
六 中学生群体.....	(283)
七 少儿群体.....	(288)
第十三章 观众个体	(292)
第一节 观众个体的类型分析.....	(292)
一 思考型和娱乐型.....	(292)
二 主动型与被动型.....	(293)
三 目的型与随意型.....	(294)
四 混合型.....	(294)

第二节 观众个体欣赏电影的消费水平和消费环境·····	(295)
一 观赏电影的消费水平调查分析·····	(295)
二 观赏电影的消费环境调查分析·····	(300)
第十四章 反馈 ·····	(306)
第一节 反馈的渠道和形式·····	(306)
第二节 反馈的作用·····	(313)
第十五章 观众学批评 ·····	(316)
第一节 对大众型影片的评论·····	(316)
附录 I 《烈火金钢》的大众引力·····	(319)
第二节 对探索型影片的批评·····	(329)
附录 II 本民族的现代电影与观众·····	(331)
第三节 对雅俗共赏型影片的批评·····	(335)
附录 III 雅俗并置	
——《女人·Taxi·女人》的冷静观照·····	(336)
后记·····	(343)
参考书目·····	(345)

第一章 电影观众学导论

电影观众学是研究电影观众的心理结构、观影过程、观后反应及电影观众的个体类分和群体构成的科学。

因为任何人只有他（她）从事观赏电影的具体活动才可能成为电影观众，所以，进入观影过程，是个体人作为电影观众的基本条件，作为观众，他（她）在看片前其大脑皮质中不是一张白纸，而是事先存在着一个特定的心理结构。他（她）是带着这一先在结构去看电影的。他（她）在观片后不可能对影片没有特定的心理反应及褒贬评价。观众个体之间又存在着差异和类分，观众群体又有着特定组合规律，这些因素都是构成电影观众的重要条件，所以对电影观众的研究，正是对上述内容的研究，电影观众学也就是研究这些内容的科学。以下我们将这一课题展开论述。

第一节 电影观众学的研究对象和内容

阐述了“电影观众学”这一基本概念后，我们对电影观众学的研究对象和内容就有了大致的把握，它的具体展呈应为六大方面：

- 1 观影心理结构
- 2 观影过程描述
- 3 观影反应评价
- 4 电影与观众的相互作用

5 观众个体和群体的类分及描述

6 电影观众学指导下的电影评论

— 观影心理结构

观影心理结构是电影观众学首先应该探索的领域，在这一领域内，应有观影的深层心理、观影的视觉心理、观影的文化心理、观影的情绪心理、观影的社会心理几个分支。观影的深层心理是探讨影像与人的深层愿望之间的内在联系，以及深层愿望如何借助影像得到替代性满足、替代性宣泄以及升华过程，这一探讨以当代电影理论在这方面的最新研究成果（镜像阶段论）为基础，通过对常规电影观赏的描述，来解释观众观看电影的双层动机：（一）依恋自己（热爱自己熟悉的生活）。（二）通过用眼睛接触影像，通过向电影中的角色同化，在内心重建自己失去的对象，在内心拥有自己没有得到的客体。在这一过程中，了解观众是怎样把自己的目的和愿望投射到主人公身上，又反过来向主人公所体现的价值观念和思想意识同化。稍带需要说明的是，对这一问题的研究应当在讨论观众对常规电影的欣赏、对电影叙事的参与等问题时一同进行。

对观影视觉心理的研究，应以阿恩海姆的格式塔心理学为基础，探讨人眼对影像的知觉、感受和把握，探讨视知觉对银幕提供的影像信息加以组织的规律，探讨大脑皮层对画面的构图、色彩、运动等一系列元素的反应规律和感受规律，探讨视知觉对银幕刺激物的主观改变和银幕刺激物对视知觉的客观制约，寻找令视知觉愉悦兴奋的形式及规律，寻找令视知觉疲劳和不悦的一般原因。

观影的文化心理研究主要探讨华夏文化传统如何影响观众对电影作品的观赏和理解，探讨民族文化传统在观众心理深层的积淀，研究这些积淀如何成为华夏观影心理的定型元素。这些元素大致表现在如下方面：1. 言志载道的文艺史熏陶、培养

出的审美教化需求。2. 儒、道两大哲学传统所铸就的人生态度。3. 几千年来中华民族相依共存的道德伦理观念。4. 华夏民族情理合一的情感方式。5. 儒道传统体察众生的仁爱心怀。6. 儒道哲学把握空间的视觉方式。7. 追求和谐、渴望圆满的传统心理期待。

观影情绪心理主要探讨观众对影像的情绪反应规律以及情绪反应形态。诸如：欢乐、悲哀、恐惧、焦虑、愤怒、喜悦，描述这些情绪发生、发展、积蓄、高潮、释放、缓解、消失的过程。

观影的社会心理研究主要探讨观众个体的归属意识，群体内各部分之间的相互影响，群体态度对个体态度的左右和影响，社会心理对观影理解、观影倾向、观影情感的制约和影响。观影社会心理的研究没有单独成章，只是散见、融汇于对其它问题的讨论之中。

以上各种心理汇同每个人的审美经验，以及经验基础上的知觉图式、个人气质、知识积累、时代影响，构成每个人观赏电影作品的先在结构。研究先在结构的特性、功能也成为这一领域的重要内容。从严格意义上讲，先在结构包括心理内容，但超出了心理范围，它还涉及观众个体观影前的全部客观准备。

二 观影过程

观众学研究的第二内容是观影过程。这一部分应当涉及的问题是：观影期待、观影好恶、观影自尊、观影认同、观影参与、观影创造、观影理解、观影宣泄、观影满足等环节。

“观影期待”包括观众心理深层愿望导致的对不知其名、不知内容、不知类型的影片的总体期待，还包括对各种类型影片的定向期待。“观影好恶”是指观众由于个性特点所导致的对某一影片或某类影片的特殊爱好或特有厌恶，不同观众群对不同影片的喜欢和冷淡。“观影自尊”则指观众在什么情况下觉得电

影作者通过电影作品小瞧了自己或侮辱了自己，面对什么影像内容，他们感觉到影片尊重自己、信任自己，以及影片是否应该尊重观众，怎样才能尊重观众。“观影认同”是指观众在潜意识中倾向于银幕主人公的行为模式、价值观念，站在主人公的立场上考虑问题，与主人公同呼吸、共命运。除了观影深层心理涉及的认同问题以外，观影认同部分还涉及由于文化原因向银幕认同，由于真实原因向银幕认同，由于审美风格向银幕认同等方面。“观影参与”是指观众认同主人公后，在潜意识中与主人公合而为一，参与故事主人公的一切行动。或者说，把主人公的一切行动看作是自己的行动。这一论题描述观众的生存愿望和复仇本能是怎样在观赏影片情节发展的过程中得到虚幻满足的。“观影创作”是指观众如何被银幕、屏幕上的影像所调动，从而联想起自己的类似经历；如何根据自己的经验，去补充影像故事进程中的空白点，如何将银幕信息组织到自己经验记忆中的已知模式中去。“观影理解”则指不同观众由于先在结构不同，对影像叙事存在着不同的理解，观众是如何根据自己的经验和已知信息理解作品的，论证理解对于作品的重要性（即理解怎样成为作品的组成部分，作品是观众与编导共同创作的产物）。“观影宣泄”涉及观众怎样借助影片的角色宣泄自己的情绪。

三 观影欣赏反应

观影欣赏反应是电影观众学研究的第三大内容。这一部分研究的具体问题是：观影满足、理解差异、阐释冲突、观影反馈。

在这几个问题里，首先应当研究的是：观众个体的观影满足，即观众个体在怎样一个心理状态下才算心理满足，他（她）经历了怎样一个心理过程，他是怎样通过影像达到了虚幻目的，从而获得了虚幻满足。“理解差异”是指不同观众观看同

一部影片产生哪些方面的不同理解。例如有人认为主人公的行为出于这种动机，有人认为主人公的行为出于那种动机；有人认为影片真实，有人认为影片虚假等等。观众为什么会产生不同理解，也是应该回答的问题。“阐释冲突”是指观众对影视作品意义的不同解释，对影片好坏产生的不同评价，以及不同观众群体（阐释群体）在观点上的交锋。于是这一小标题下的研究不能不从作品和观众两方面寻找阐释冲突的发生原因，以及阐释冲突的社会效果。“观影反馈”则指观众对影片的赞誉、不满、褒奖、批评通过什么形式和渠道，怎样反馈到影片的生产部门，怎样影响编导的未来创作。

四 电影与观众的相互作用

要求电影观众学仅研究观众对电影的反应是不够的，还应研究电影对观众的影响和渗透。在这一领域里，应当较为具体地研究电影赢得观众的规律，寻找电影作品受观众冷落的原因。在研究电影作品如何引导、吸引、控制观众方面，应当分门别类的具体探析影像空间形态吸引观众视觉、愉悦观众视觉的规律，电影叙事诱导、牵制观众的规律。在叙事类型的研究中，应当进一步分别探讨纪实片叙事、娱乐片叙事、探索片叙事吸引诱导观众的不同手段。

五 观众群体和个体的描述和类分

对观众群体、个体的描述和类分，是电影观众学论述的第五方面内容。这方面包括电影观众的总体特性，电影观众群的类型分析，观众个体的类型分析。在电影观众总体特性的题目下应探讨观赏电影的集体性，片目选择的趋同性，文化阶层的差异性，地理区域的差异性。在集体性和趋同性方面，主要考察观众群体对个性的作用，观众群体的结构组成特点，在差异性研究方面，应当主要论述各种差异的规律性现象。在观众群

的类型分析方面，应当主要根据观众的身份、职业、年龄划分出不同观众群体，力求描绘出每一群体内观众大概的一致性特点，描述出雅观众群、普通观众群对雅电影、俗电影、雅俗共赏电影的兴趣和态度。在描述观众个体类型时，应当将不同的观众划分为思考型、娱乐型、主动型、被动型、目的型、随意型、混合型等特征，并且具体描述每一类型的外在表现特点。

六 观众学批评

我们认为，既然电影观众学与电影理论、电影美学、电影叙事学、电影文化学、电影心理学等学科并驾齐驱，既然其它学科都有自己学科所派生的批评，诸如文化学批评、符号学批评、美学批评、心理学批评……那么观众学理论也应有自己的批评。

观众学批评以观众学理论为武器、为方法、为出发点，站在观众立场上审视影片，使批评出现与其它学科批评完全不同的面貌。为此，应该论述观众学批评的标准和方法，并为此做出示范，用观众学理论分析了大众型（娱乐型）故事片、探索型影片和雅俗共赏影片。在分析时，研究娱乐型影片争取观众方法、采用的手段及其成败，研究探索型影片在打破观众审美定势后给欣赏者提供的新鲜刺激，给欣赏惯性造成的障碍和阻力，研究雅俗共赏影片给雅观众群和普通观众群造成的不同印象、引起的共鸣和不同反应。

有些同类著作把观众史纳入观众学的范围，我们认为，观众史应为观众学理论的实证，它应作为证明观众学理论的材料而存在，并且在充当材料时不能作为一个完整的史的形态而存在，而是作为史的肢解形态，作为吻合观众学理论体系的材料而存在，如果它们构成一个史的完整形态，那么它们就应与观众学区别开来正如历史与历史学理论存在差异一样。

以上所涉及的内容，仅为电影观众学的轮廓，对它的各个

分支以及各个环节上的空白点都可以另外做更加深入的专题研究。

第二节 电影观众学与其它学科的联系和区别

电影观众学与心理学、文化学、社会学、传播学、阐释学、叙事学、接受美学、电影市场学，电影经济学等学科之间既有联系又有区别，若从逻辑学角度看，电影观众学与其它学科之间是一种部分重合关系，即其中一部分内容是相同的，其它部分的内容又是互异的，部分内容相同是因为两个学科所研究的部分对象是一致的。八十年代以来，自然科学和社会科学中许多新学科的诞生，就是综合许多老学科部分内容的结果，有些新学科是在两个学科或诸多学科的边缘地带建立的。以下我们将讨论电影观众学与其它学科的重合部分与相异部分。

一 电影观众学与电影心理学

这两门学科都要研究观影的视觉心理，研究视知觉对影像构图的反应和组织，都要研究观赏电影的深层心理，研究观众的深层愿望如何通过影像得到替代性满足的过程，都探讨观众在观赏叙事过程中的情绪反应和情绪活动，但是电影心理学不研究观众的构成、观众群的类型划分，不研究观众群的总体特性，不研究视像系统的各个环节如何作用于观众；而观众学也不对电影心理学涉及的方方面面一概探讨，不想穷尽电影心理学的全部内容和全部细节，例如它不以电影创作心理为对象，不研究创作思维等，对观影的视知觉心理，电影观众学也只是择其要点来论述，也不穷尽其所有的细枝末节。

二 电影观众学与电影美学

电影观众学和电影美学都涉及观众对电影作品的审美，当