

Film & TV Art
COMMUNICATION STUDIES

影视艺术传播学

潘源 著



影视艺术传播系统论

意义的生成场域

影视传播主体控制论

意义的赋予机制

影视艺术传播媒介论

意义的传播载体

影视艺术传播接受论

意义的沟通互动

影视艺术传播价值论

意义的现实转换

CFP 中国电影出版社

Film & TV Art
COMMUNICATION STUDIES

影视艺术传播学

潘源 著

CFP 中国电影出版社

2009 · 北京

图书在版编目 (CIP) 数据

影视艺术传播学/潘源著. —北京: 中国电影出版社,
2009. 7

ISBN 978 - 7 - 106 - 03118 - 3

I. 影… II. 潘… III. ①电影—传播学②电视 (艺术) —
传播学 IV. J90

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 131078 号

影视艺术传播学

潘 源 著

出版发行 中国电影出版社 (北京北三环东路 22 号) 邮编 100013

电话: 84290815 (总编室) 64216278 (发行部)

64296742 (读者服务部)

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

版 次 2009 年 7 月第 1 版 2009 年 7 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/720 × 1000 毫米 1/16

印张/18.5 插页/2 字数/260 千字

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 03118 - 3/J · 1143

定 价 48.00 元

序一

仲呈祥*

潘源的博士学位论文《影视艺术传播学》经加工修改,就要正式出版了,嘱我写序。作为导师,我一是高兴,二是愧疚。高兴的是后生可畏,“青出于蓝而胜于蓝”,我国首部影视艺术学与传播学交融整合的《影视艺术传播学》问世了,这毕竟具有填补学术空白的开拓意义;愧疚的是自己学识和精力所限,对潘源的帮助太少太少。我们的三年师生情谊,是在互教互学、切磋交流之中铸就的。

潘源聪慧、好思、勤奋。她攻读博士学位,一开始就立下了要在影视艺术学科研究领域里有所开拓、有所创新、言前人所未言的志向。惟其如此,她独辟蹊径,“将影视艺术纳入到传播学体系,用传播学理论的现有成果观照影视艺术,把影视艺术作为传播手段,探寻其传播‘意义’的潜能”,从而在这两门学科的联系互补的更广阔的跨界研究中开拓出一个全新的学术领域。正是从这个意义上讲,潘源的这篇论文因其“有创见”而赢得博士学位,当之无愧。

21世纪,是科学与艺术结缘互补的新世纪。潘源自觉地清醒认识到:凭借现代科学的新媒体技术,影视艺术以其覆盖面之广、影响力之大和渗透性之强,在人类的文明、文化建设中发挥着别的艺术门类难以企及和替代的重要作用,因此,“探寻其传播‘意义’的潜能”,

* 仲呈祥:教授,文艺评论家。原中国文学艺术界联合会副主席、书记处书记。现任中国传媒大学影视艺术学院院长,中国艺术研究院、中国传媒大学、北京师范大学、南京师范大学、南京艺术学院博士研究生导师,著有《审美之旅》、《艺苑问道》、《银屏之旅》、《心灵历程》、《艺苑问路》、《十评“飞天”奖》等。

关乎“每个人的自由而全面的发展”，尤为重要。潘源遵从费孝通先生力倡的“文化自觉”意识，坚持“文化化人，艺术养心，重在引领，贵在自觉”，从“系统论”、“主体控制论”、“媒介论”、“接受论”、“价值论”五个方面尝试建构起影视艺术传播学这门新学科的基本理论框架。这是既需要理论勇气，也需要学术积累的。由于是第一个“吃螃蟹”的，思维的缜密、论证的逻辑、分析的周全都不能说已经无懈可击，但框架确实搭建起来了。我深信，不仅潘源会锲而不舍，继续以严谨的治学态度去不断完善她的理论建构及其对影视艺术传播的“意义”的阐释，而且学术界同仁也会“各美其美，美人之美，美美与共”，添砖加瓦，共建有中国特色的影视艺术传播学学科理论大厦。

毋庸讳言，面对市场经济，时下我国影视艺术传播的“意义建构与生成”现状令人堪忧。譬如，从影视艺术传播的主体控制即科学管理上说，有悖艺术规律的现象乃至横加干涉的事件还时有发生；从影视艺术传播的接受论上看，以营造视听感官生理上的快感冲淡乃至取代精神美感的现象，一味追求“养眼”、放弃“养心”，乃至“花眼”、“乱心”、“伤神”的作品流行市场而缺乏有效的艺术批评……这当然与影视艺术传播学学科建设与理论研究的严重滞后有关。科学理论是正确实践的先导，而理性思维的失之毫厘，终将导致实践行为的谬以千里。潘源的这部论著出版，正是应运而生，其现实意义与学理价值，自不待言。

衷心祝愿中国影视艺术传播的正面“意义”发挥到理想极致，负面“意义”降到最低最低。

几句真话，权且充序。

2009年7月11日 子夜

序二

贾磊磊*

当代的影视理论研究究竟应当采取什么样的方法,这是我们经常思考、讨论的问题。尽管我们不能说方法就是一切,可是如果没有一种科学的理论方法,没有一种恰当的分析工具,我们又如何展开我们的理论研究呢?美国的科学史学家乔治·萨顿说:“在科学领域内,方法至为重要。一部科学史,在很大程度上就是一部工具史,这些工具——无论有形或无形——由一系列人物创造出来,以解决他们遇到的某些问题。”^①科学史的写作是这样,艺术史、艺术理论的写作何尝又不是这样呢?站在这样的视野上,看潘源的《影视艺术传播学》,其最有价值的也许并不在于她对于电影、电视的理论问题提出了一系列的观点,而首先在于她对电影、电视理论研究在方法论上的积极探索。确切地说,潘源采用的是一种传播学的研究方法对于电影、电视理论进行了全面的、系统的、深入的研究,这种对于研究方法的改变是使这部著作在总体上区别于其他影视理论著述的重要标志。

现在,艺术作为一种客观存在的研究对象,已经发生了根本性的

* 贾磊磊:研究员,影视理论家。中国艺术研究院院长助理、文化发展战略研究中心主任、研究生院电影电视系主任、博士研究生导师。著有《影像的传播》、《中国武侠电影史》、《电影语言学导论》、《武之舞——中国武侠电影的形态与神魂》、《银幕上的意义——电影的观赏与阐释》等。

① [美]乔治·萨顿.科学的生命——文明史论集[M].刘珺珺译.北京:商务印书馆.1987.

变化——这不只是单一的艺术存在形式在传播空间的位移和表现技巧上的变化,更重要的是诸多的艺术作品正越来越依靠其他的方式进行创作与传播,包括北京奥运会的开幕式也运用了大量的数字化技术展现中国传统文化的神韵,如果我们把这场辉映全球的体育盛典也看成一种艺术演出的话,那么我们应该叫它什么才好呢?艺术这种自古就寄寓着人类梦想与激情的女神,她今天的神貌与过去已经完全不同了。我们是不是要改写艺术的传统定义先不必说,现在首先要说的是在对当代艺术进行深入研究的时候,已不能再局限于单一的艺术门类视野内,各种艺术的跨界传播,使我们对艺术问题的研究必须要进入到跨界分析的路径上,这是我们这个时代艺术研究的必然选择。

电影一百年的发展历史,从外在的表现形态到内在的美学属性都发生了根本性的变化。如今,几乎所有艺术形式的固有疆域都被打破,电影艺术的映现空间还仅仅在影院吗?绘画艺术的展示空间还只是在画布上吗?戏剧艺术的传播路径还仅仅在舞台上吗?文学的表现途径难道还仅仅在书刊中吗?显然都不是。现在,各种艺术形式都在向N个原本不属于自己的领域渗透、发展。中国电影的主要传播路径虽然还在电影院,可是现在真正到电影院去看电影的人只占电影观众总人数的一部分,大多数人并不是通过电影银幕,而是通过电视台、互联网、DVD来看电影,电影的存在方式与传播方式都已经与过去截然不同了。电影理论一百年的发展实际上就是电影学与不同的学科相互嫁接、相互交汇、相互并联的历史。早期电影研究与诗学的结合产生了电影美学;电影与心理学的结合产生了电影的精神分析学派;电影与性别分析的结合产生了女权主义批评;电影与西方马克思主义结合产生了意识形态批评。如果把电影乃至所有的艺术门类的研究都局限在本学科的固有范围内,那么这种研究很难给艺术研究带来理论的建树与真正的发展。电影理论的发展历史证明:囿于电影学范畴之内的电影研究往往是没有出路的,如果我们把电影学的理论创新也放在一个学科建设的层面上来讨论,就必须把研究的视野扩展到相关的领域。卡尔·波普尔在谈到哲学的发展路径时曾说,哲学的衰退是起于一种错误的信念,即认为哲学的研究

不需要哲学以外的问题的推动,例如数学、政治学、宗教或其他问题的推动,或者换句话说,真正的哲学问题的解决总是植根于哲学以外的那些迫切问题的解决。从这种意义上讲,学术研究的所谓方法,或是解决问题金钥匙其实是不存在于本学科体系内,因为任何方法,只要能够导致问题的真正解决,就是正当的方法。尽管我们可以不同意卡尔·波普尔的观点——“哲学深深扎根于哲学之外的问题中”,但是我们也不得不正视许多本学科内的问题,恰恰是因为外在于这个学科的理论支持才能够真正解决。^① 现在潘源把影视的一般性的艺术研究转移到传播学的领域内,正是符合时代学术精神的一种取向。

在研究影视艺术传播规律的时候,潘源并不是把影视艺术作为客体,而是把它作为传播手段来探讨的。“影视艺术如何遵循美学原则进行信息加工”,实现“意义的建构、生产与传播”是其研究的核心内容,这不仅在于人和世界的关系是通过意义的构建与交流得以建立和确认,并由人类传播活动得以实现;还在于艺术传播相对于非艺术传播而言,更侧重于通过具有美感的形式进行意义的传播与交流。这种研究方法的变化,为其研究提供了一个更为开阔的学术视野,进而改变了那种就电影而研究电影的狭窄路径。

《影视艺术传播学》从“传播控制论”角度重新阐释经典电影理论两大阵营之争,认为无论是以爱森斯坦为代表的“蒙太奇”理论,还是巴赞力倡的“纪实美学”,都是影视“创作者/传播者”从不同的传播观念出发,通过对传播素材的艺术加工,达到各自传播目的。蒙太奇理论和实践借助操纵时空的能力,对电影受众的思想起着明确的引导作用,体现了“说服力传播”原则,其综合性动态施控在苏联社会主义革命时期,取得了强大的舆论效果,成为该时期大众传播“强效果论”的重要来源之一。巴赞在探索电影心理学起源基础上提出的“摄影影像本体论”,则反映了尊重受众选择权和解释权的传播观念,在形式上强调视象上的“信源”真实性,即通过完整的时空再现保持

① [英] 卡尔·波普尔. 猜想与反驳——科学知识的增长[M]. 傅季重, 纪树立, 周昌忠, 蒋戈为译. 上海: 上海译文出版社出版. 1986.

“现实多义性”,从而尽可能排除“二级传播”程序,去除外在的“舆论领袖”作用,避免“强加于人”式的说教,让观众直接接触信源,自愿接受传播者通过“信源”选择而传达的意义,遵循的是“软性控制”传播理念。所以,电影理论史上这两大理论的差异,在传播学上可重新归结为两者基于不同的传播目的,对“信源”进行不同的选择和艺术处理,以获得最佳的传播效果,从而改变了传统电影理论对这两种经典电影美学评价的片面性,进而更客观地理解各种电影艺术表述形式的适用域。

目前,包括电影学在内的诸多人文艺术学科边界正在不断接壤、相互交汇,各种不同的艺术形式越来越显示出相互依存、相互关联的互动性,由此使艺术的构成元素越来越复杂,艺术的表现形式也越来越丰富,艺术的多元化发展与跨界传播越来越普遍,处在这样一个不断变异的艺术发展历程中,单一的学科理念支撑下的艺术研究显然已经不能解决艺术现实发展中呈现的各种问题,所以,跨越不同艺术门类的界限、扩展学术研究的视野,建构一种兼容并蓄的理论研究范式,把电影学从一般的艺术研究的框架中解脱出来,即成为我们这个时代电影研究的一种可行的路径。潘源在这方面应当说向前迈出了可贵的一步,她力图将传播学理论同影视艺术理论与实践有机结合,并且达成内在统一,通过探寻影视艺术在传播学层面上所具有的美学规律,研究其商业娱乐属性、艺术审美属性和思想教育属性相依共存的辩证关系。

中国电影理论研究在方法论上正进入一个多元化的历史时代,人们不再迷信那种“放之四海而皆准,流芳百世而无误”的万能理论,开始在一个更为广泛的文化空间里寻找自己的方法论取向,潘源的《影视艺术传播学》,正是在这种历史向度上做出的一种现实努力。

目 录

序一	仲呈祥
序二	贾磊磊

绪论 意义的建构与生成	1
-------------------	---

第一章 影视艺术传播系统论

——意义的生成场域	7
第一节 传播系统结构与意义流通	7
一、传播与传播结构	7
二、信息与意义传播	8
三、意义的传播地位	12
四、意义的理论肯定	14
第二节 影视系统与传播的交叉性	16
一、作为媒介的影视传播	16
二、影视传播与传播功能	22
三、影视传播的理论建构	24
第三节 影视艺术传播系统特殊性	26
一、非艺术传播与艺术传播	26
二、电影电视的艺术传播	29
三、影视艺术传播的本质	32
四、交叉性影视传播形式	35

第四节 艺术传播的意义生成场域	40
一、场域概念与场域理论	40
二、生成场域与三个自然	41
1. 意义来源之域——物理场	42
2. 意义凝练之域——心理场	45
3. 意义构建之域——心物场	48
4. 意义生成之域——行为场	51
 第二章 影视传播主体控制论	
——意义的赋予机制	55
第一节 传播主体的把关控制作用	55
一、不同传播模式中的把关	56
二、不同把关者的主控取向	59
三、传播主体的重构性把关	65
第二节 传播环境的宏观制约作用	69
一、文化语境的环境规约作用	70
二、传播制度的限制约束作用	75
1. 传播制度与预先把关	76
2. 制度把关与调节机制	78
三、激励机制的隐性引导作用	81
1. 评奖资源与价值体系	82
2. 奖励机制与评价标准	83
第三节 媒介技术的基础制约作用	87
一、传播技术与意义生产	88
二、数字技术与表达潜能	90
三、数字技术与传播观念	93
第四节 影视艺术传播观念导向性	104
一、传播观念与媒介生产	104
二、经典理论的观念之争	107
三、观念的理性先导作用	115

第三章 影视艺术传播媒介论

——意义的传播载体	121
第一节 不同视域内的传播媒介观	121
一、影视表达媒介与“意象”	122
二、意象表达媒介与“符号”	125
三、意象论与符号论差异性	130
第二节 影视意义传播的形式建构	134
一、意义与形式	134
1. 意义表述与形式建构	135
2. 意义表达形式丰富性	138
二、秩序与结构	140
1. 艺术秩序与形式结构	141
2. 结构关系与传播意义	142
三、表述与建构	144
1. 景框空间与造型意象写意性	145
2. 色彩与光影造型的诗意营造	148
3. 声音的表现功能与声画对位	152
4. 文内语境的取境与造境手段	154
5. 动态时空的多维复合性表意	156
第三节 影视艺术传播媒介差异	159
一、时空表现差异与传播艺术性	159
二、信息形态差异与冷热媒介论	161
三、介质性能差异与艺术表现力	163
四、传播环境差异与心理参与度	165

第四章 影视艺术传播接受论

——意义的沟通互动	169
第一节 传受互动与意义共通空间	169
一、接受理论与传受互动	169
二、期待视界与期待类型	174

三、意义及其建构创新化	180
第二节 交通理论与意义生成趋向	183
一、“交通”论与文本类型	184
1.“单向交通”及其“读者式文本”	184
2.“多向交通”及其“作者式文本”	186
3.“可读式读者”与“可写式读者”	188
二、“审美距离”聚焦人性	189
第三节 生产者式文本与互文建构	195
一、大众文本与大众创造力	196
二、大众文本的意义与愉悦	199
三、互文式文本与互文建构	203
 第五章 影视艺术传播价值论	
——意义的现实转换	211
第一节 影视艺术传播的娱乐审美价值	211
一、在娱乐中审美	212
二、在释义中愉悦	218
第二节 影视艺术传播的商业经济价值	223
一、经济驱动下的影视艺术传播	223
二、金融经济与文化经济的融会	231
第三节 影视艺术传播的社会建构价值	236
一、拟态环境与社会现实	237
二、伦理文化与影视观念	240
三、议事日程与家庭伦理	242
第四节 影视艺术传播的文化播扬价值	250
一、影视艺术传播与文化地域性	251
二、影视艺术传播与软实力建设	260
 后 记	271
参考文献	275

绪 论

意义的建构与生成

电影、电视属于大众传播媒介,本身便具传播功能。以电影、电视为载体的影视艺术在提供审美愉悦的同时,也具备信息传播和意义流通职能,其艺术属性和传播功能相辅相成,不能截然分离。然而,就总体而言,传播学和影视学研究各自独立,有其不同的理论思路、规范和话语体系,存在着研究壁垒与各自疆域。

影视理论或侧重对电影、电视本体的审美潜能研究,探寻影视本体的形式意义,探究影视的文化本质和艺术本性;或在伦理文化、道德观念下以社会责任和人伦教化为重,研究影视内容的社会意义和哲学意义;或超越影视创作实践,把影视作品作为语言文本,进行结构研究和形式分析;或关注影视机制与观看主体精神机制的关系,对电影、电视进行文化研究,这些研究大都集中在影视的艺术领域、美学领域和文化领域。

传播学重在研究人类信息的传播活动及其规律。法国传播学者贝尔纳·米涅将其内容和范围界定为五个方面:其一,研究传播技术装置与信息产生与意义产生的关系;其二,研究社会对技术的干预,特别是使用者/消费者的活动如何使技术装置在社会层面上得到普及和应用;其三,研究显现信息的文字形式、形象、声音、图式,和支配它们的概念以及它们实现的条件;其四,研究信息传播活动的社会维度、政治维度和经济维度,以及这些维度与新信息传播载体的发明和

试验之间的关系;其五,研究传播和交流中调解过程的变化。^① 由于传播学由新闻学发展而来,所以对信息和意义传递的研究往往集中在非艺术的新闻范畴,偏重对印刷制品、广播、电视、互联网等媒介进行分析,对电视的分析也多注重非艺术传播方面,涉及电视艺术传播的内容较少,对电影、尤其电影艺术传播的论述更是匮乏,多注重非艺术信息的传播效果研究。如中国广播电视出版社 2006 年出版的《解构电视:电视传播学新论》^②,该书运用传播学理论,主要将电视作为新闻传播媒介进行整体分析,未把电视艺术的传播特性纳入其研究视野。

当前,业界已开始强调传播学、电影学、电视学和艺术学等学科的综合发展。北京电影学院作为电影研究与教学的专业院校,已把“影视传播学”列为学科研究方向之一,对传播学与艺术学、电影学、电视学进行跨学科交叉研究。根据该研究方向的简介,“影视传播学”是把“影视”作为“影像传播媒介”,侧重研究其“艺术创作、作品传播与接受、以及产业发展方面的特点和规律”,主要研究影视媒介自身特性、功能和发展规律,归属于传播学领域中的媒介研究范畴。此外,也有学人注意到影视艺术与传播学的紧密关系,如中国广播电视出版社 2004 年出版的《影视艺术传播与审美》^③,“系统论述了电影和电视作为一门艺术的发展历史、传播学意义和艺术审美特性”,分为“影视艺术概论篇”、“影视传播篇”和“影视审美篇”三部分,虽将影视艺术的“传播学意义”和“艺术审美特性”分开论述,但依然确认了影视艺术兼具传播意义和审美特性。还有学者尝试将影视艺术同传播学结合研究,如光明日报出版社 2006 年出版的《传播学视野中的中国影视艺术》^④,“力图把‘影视艺术传播’从笼统的‘影视传播’中独立出来”进行研究,认识到影视艺术所具有的传播特征,但基本架构仍属影视艺术的传统研究范畴,侧重对中国影视艺术自身的科技、文化、产业和受众素养等方面进行分析,以促进影视艺术本身

① 陈卫星.西方当代传播学学术思想的回顾和展望[J].北京:国外社会科学.1998.1.

② 张晓锋.解构电视:电视传播学新论[M].北京:中国广播电视出版社.2006.

③ 李艺,刘成新等.影视艺术传播与审美[M].北京:中国广播电视出版社.2004.

④ 林吕建.传播学视野中的中国影视艺术[M].北京:光明日报出版社.2003.

的推广传播。将“传播”与“电视艺术”结合起来研究的还有北京大学出版社2004年出版的《电视传播艺术学》^①,该书将“电视传播艺术”界定为“传播主体为达到预定目标,对特定传播内容所进行的电视化的‘创造性处理’”,即“不论是电视传播,还是电视艺术;不论是生产过程,还是传播过程,都需要进行富于电视特色的‘处理’”,“艺术”在此意为“创造性处理”,强调了电视创作的“效率”和“品格”,即“节目生产与传播的运作、管理,传播主体视点的渗透,以及节目的宣传、推广乃至营销等”方面的有效手段,所以是“艺术”地进行“电视传播”。

由此可见,业界人士在将影视学与传播学结合研究方面做出多方努力,取得重要成果。然而,上述著作均将传播学作为理论背景,从各自学术视角探讨如何有效地传播电影和电视艺术,其视角正如曾耀农在其编著的《艺术与传播》一书中对“艺术传播”所下的定义:“艺术传播指的是将艺术家创作出的艺术作品转移到接受者手中和脑中的过程”。在此,艺术并不是作为传播手段,而是作为被传播的客体,“艺术传播”在此称之为动宾结构的“传播”“艺术”更为确切。这种将艺术或影视艺术与传播学结合进行研究的视角,即用传播学理论成果促进艺术或影视艺术的播扬和流传,或立足传播规律,研究如何更好地“传播”影视艺术,或根据影视艺术内在规律创造影视艺术佳品,使其自然流传,均以有效的传播观念传播影视艺术,促其科学有序的发展,其传播客体是影视艺术自身,偏重于影视艺术或传播学各自领域内的理论研究,从而实现两个学科的外在结合与互动。

与之视角有所不同,本书重在研究“影视艺术传播”规律,即把影视艺术作为传播手段,而非传播客体,着重探讨影视艺术如何遵循美学原则进行信息加工,实现“意义”的建构、生产与传播。所以,本书建构的“影视艺术传播学”体系以“意义”传播为研究核心,这不仅在于人和世界的关系是通过意义的构建与交流得以建立和确认,并由人类传播活动得以实现,还在于艺术传播相对于非艺术传播而言,更侧重于通过具有美感的形式进行意义的传播与交流。非艺术形式传

① 胡智峰. 电视传播艺术学[M]. 北京:北京大学出版社, 2004.

播以即时讯息的快速传递见长,其价值在于真实性、新奇性、实效性和快捷性,以将客观信息告知受众为目标;而艺术形式传播更重艺术信息所蕴涵的“理”和“道”,通过艺术的虚构手段、遵循美学原则来传递信息,交流意义。所以,艺术是传播的有效手段,传播意义是艺术的终极目的。

故此,本书将信息和意义作为影视艺术传播的客体,探寻影视“艺术性传播”规律,研究传播学与影视学两个学科的交叉部分,即进行传播学与影视学的交叉性边缘学科研究。本书重点强调影视艺术作为人类传播信息和意义的重要手段与形式之一,其声画结合、时空复合的叙事语言具有独特传播优势,同时力图将传播学理论同影视艺术理论与实践有机结合,达成内在统一,探寻影视艺术传播“构建和生成意义”所具有的美学规律,整合其内在的商业娱乐属性、艺术审美属性和思想教育属性,辨析“快乐与意义”相依共存的辩证关系。更为重要的是,阐明传受链条中“传者”与“受者”在意义流通中的功能和作用,即传播者通过影视艺术创作进行“意义建构”,接受者通过影视艺术欣赏完成“意义生成”,从而使意义传播系统得以维系和良性运作,探求影视艺术的美学创造规律与传播规律。所以,本书研究和把握创作主体与接受主体共同生产意义与快乐的传播本质与审美本质,构建“影视艺术传播学”,将影视学与传播学的研究有机结合,在探讨影视艺术传播特性的基础上,利用传播学的研究成果促进影视艺术创造,再通过影视艺术有效地传播信息和意义,强调影视艺术创造的根本在于意义的美学建构与传播,以期实现影视艺术的整体价值。

就认识论而言,本书以意义的美学构建和传播为研究主旨,在影视艺术创作规律与意义传播规律的交汇领域内,将影视学纳入传播学理论框架,结合美学、艺术学、心理学、文化学、社会学、现象学、阐释学、经济学等学科的理论成果,力求打通原有的理论壁垒而融会贯通,同时注重观照影视本体差异和中西媒介研究的不同着眼点,对影视艺术以美学手段传达理性意义的方式和途径进行探讨,并力图融合与对接中、外、古、今的文化理论,以新的视角对影视艺术发展过程中的传播现象进行探析,对当前影视媒介生产与传播的某些倾向进