

影像叙事论

郝朴宁 李丽芳 著

云南大学出版社

目 录

第1章 影像叙事理论	(1)
第一节 影视作品与“故事”	(2)
一、叙事的起点——故事	(2)
二、影像——文化的载体	(5)
三、影像叙事——社会大众的自我观照	(7)
第二节 影视作品的叙事系统	(8)
一、影像叙事元素	(8)
二、影像叙事层次	(10)
三、影像叙事与话语表述	(12)
第三节 元叙事理论	(14)
一、叙事理论的发展	(14)
二、叙事与传播	(15)
三、叙事理论的内涵	(16)
四、故事与表述	(18)
第四节 影视叙事理论	(24)
一、影像叙事理论的产生	(24)
二、影像叙事的意义生成	(25)
三、影像叙事中的代码规则	(27)
第2章 语境与影像存在	(39)
第一节 影视·戏剧·文学	(39)
一、影像叙事的原始依托——戏剧	(39)
二、戏剧性对影视艺术的启示	(42)
三、影视艺术的类属性——文学	(47)
四、影视艺术的戏剧化表现	(48)

第二节	观念的实践发展	(52)
一、	电影观念的改变	(52)
二、	电视剧观念的嬗变	(57)
第三节	影视作品叙事与社会影响	(67)
一、	影像叙事与社会传播	(67)
二、	影像叙事与社会意识	(69)
第四节	解读·神话·语境	(71)
一、	第五代导演解读	(71)
二、	影像叙事中的神话编织	(85)
三、	当代影像与后殖民语境	(87)
四、	影像叙事与民族文化	(91)
第3章	叙事元素环境分析与综合	(96)
第一节	对于记忆与符号的再现	(96)
一、	影像叙事与人类精神内核	(96)
二、	影像叙事与社会认知	(98)
三、	影像叙事与艺术创造	(100)
四、	影像叙事与作家记忆	(102)
五、	影像叙事与大众记忆	(105)
第二节	影视语言的综合性	(108)
一、	语言与传播	(108)
二、	影像语言的全能叙述	(109)
三、	节 奏	(114)
第三节	影像符号的意义生成	(135)
一、	影像符号的再现与表现	(135)
二、	影像符号的“隐喻”与“转换”	(137)
第四节	编剧分析	(144)
一、	影视编剧素养要求	(144)
二、	叙事视点的确立	(145)
三、	人物叙事策略	(147)
四、	影视叙事的情节设置	(149)
第五节	符号的凝聚	(151)
一、	影像叙事及与人类精神结构	(151)

二、影像叙事与时间凝聚	(153)
三、影像叙事与空间调度	(155)
四、影像光影空间及象征性展示	(157)
五、影像叙事的结构类型	(160)
 第4章 影像叙事的话语建构	(171)
第一节 叙事的影响因素	(171)
一、叙事与话语形式	(171)
二、影像叙事的时间概念	(174)
三、影像叙事的视觉类型	(176)
第二节 人·事·境	(178)
一、动作与情境的关系	(178)
二、规定情境中的典型人物	(180)
三、规定情境中的人物关系	(182)
四、矛盾冲突与动作	(183)
第三节 影像的象征与纪实	(199)
一、影像象征的艺术特质	(199)
二、纪实性叙述的发展	(216)
三、长镜头与影视纪实	(232)
第四节 话语的多元嬗变	(242)
一、影像的戏剧化表现	(242)
二、影像的形态性	(243)
三、影像工业化生产的商业诉求	(245)
四、乡土影像与传统温情	(246)
五、西部影像的原始阐释	(249)
六、沉重的女性影像	(251)
七、英雄叙事的变化	(263)
八、以史为鉴——诉说与戏说	(265)
九、重构人学	(270)
 第5章 受众与文本的互动	(274)
第一节 受众研究理论	(274)
一、接受——影像叙事价值的实现	(274)

二、接受与深层心理分析	(276)
三、受众心理同化	(281)
四、影像传播与接受的互动	(283)
第二节 接受·参与	(286)
一、影像叙事与现代观众	(286)
二、观众的群体性	(288)
三、影像接受观众分析	(290)
四、创作与鉴赏	(295)
第三节 接受心理分析	(307)
一、影像观赏的感性进入	(307)
二、影像观赏的心理描述	(311)
三、观赏幻觉	(316)
四、影像欣赏与文本互动	(318)
第四节 规则变异与互动	(334)
一、叙事与接受的差异	(334)
二、电视剧与欲望客体	(334)
三、延宕与“连续”	(335)
四、叙事张力——矛盾与冲突	(337)
第五节 影像双重思维空间的意义构成	(338)
一、影像叙事与现代文化	(338)
二、影像语言与影像思维	(340)
三、影像结构与叙事理念	(345)
四、反思与阐释	(347)
主要参考文献	(349)
后 记	(351)

自序

进行影视艺术理论的研究，总让人感到心里是虚的，因为在我们的目光最好奇的年代，看电影是一种奢侈，在家里看电影（电视）更是连做梦都不敢想的事，要去研究它，自然会怀疑到自身的资格。

我们的孩子们是幸福的，看电影是家常便饭，而电视更是陪伴终生的伴侣，研究的活计应该是他们有资格做的事。研究伴侣毕竟比研究梦幻要容易得多。

记得我们小的时候，每天最大的快事就是吃完饭后听老人们摆古，三国的故事、梁山的英雄、李元霸的铜锤、展御猫的轻功……让我们痴迷。夜深了，躺在床上，不是盼望明天的太阳，而是盼望明天晚饭后的乘凉，盼望今天的悬念——且听下回分解。

不过有一点是共同的，就是我们和我们的孩子都喜欢故事，区别在于我们小时候是听故事，我们的孩子是看故事，也许这就是理论家们所说的——“人是故事的动物”。

感性地讲，影视作品就是用影像去讲故事，这很容易让人把故事简单地形而下，使故事失去了研究的价值。从事影视创作的人爱说一句话：“要会讲故事”，这至少说明了故事有会讲与不会讲之分；有讲得好与讲不好之别；有怎样讲故事，讲怎样的故事来吸引听众（观众）的区别，说明这些都是值得研究的问题，问题的性质也就变得形而上了。

为了使我们具有一种感性的认识，或者准确地说，获得一种讲故事的实践，我们有幸与“中国第一编”邹静之老师合作编写电视连续剧《风云汽锅鸡》，当邹老师把故事大纲交到我们手上的时候，靠嘴吃饭的我们竟然一下子哑口无言，一条简单的故事线怎么去变成三十多万字的剧本？真佩服那些说书艺人，怎么会把一件小事，洋洋洒洒地讲上半天。我们对电脑自作多情地讲了一个月，总算是把汽锅鸡的故事讲完了，好在邹老师“听”了我们讲的故事后，没睡着，而且还挺精神地表示欣赏。

对于实践获得的感性认识进行了理性的思考后，我们感觉到了讲故事和怎样讲故事等的研究价值，这中间包含的内容也比我们想象的要多得多。不仅要研究讲故事的，还要研究听故事的；不仅要研究故事的语言，还要研究故事的结构、节奏；不仅要研究故事的情节，还要研究故事的非情节；不仅要研究故事讲的事，还要研究故事没讲，但你要想到的事等等。如果你对我们研究的问题感兴趣，那就请你翻到下一页——且看后面分解。

郝朴宁 李丽芳
2006年6月25日

第1章 影像叙事理论

当我们回顾历史的时候，无论是人类的，还是个人的，都是由各种类型的事件构成的。所谓事件，即有目的的人的心理活动、行为及其结果。无数事件在时间和空间中的组合，就成为了历史。而对于历史的部分或整体的描述，就是历史记载。记叙的对象，可以是真实的事件，也可以是想象的事件，还可以是加入了想象成分的真实的事件。当以想象记叙事件时，就产生了“故事”。历史的描述是叙事，故事的描述也是叙事，因此，对于真实世界和想象世界的描述，都可以统称为“叙事”，即对（真实和虚构的）事件序列的记叙。

我们是通过阅读真实的事件和虚构的故事认识人类文化的，而文学艺术想象的基本形式之一就是虚构故事。人类文明自产生之日起，就讲述着虚构的“真实”，随着人类文明的发展，虚构（想象）的形式越来越丰富，荷马史诗讲着虚构的历史，古希腊戏剧演绎着虚构的历史，庄子的寓言展示出虚构的梦幻等等，编故事也因此成为了人类文明的重要组成部分。

电影与电视已经成为了今天人们生活中最重要的娱乐形式了，特别是电视的普及，使人们每天畅游在几十、甚至上百个频道中，在各个时间段上，只要你想看，就一定能通过电视看到电影或电视剧，制作者们也通过这些虚构出来的故事，传播着自己的话语和各种具有社会意义的信息。影视艺术作品作为一种向社会公众叙述故事的现代传播行为，具象出人们各种生活与思想的结果，并直接将现实世界链接到了想象的空间中去。

更重要的是，现代大众传播媒介的发展，在向人们传递信息的同时，还提供出了人们现代生活的范本，即影视作品不但成为了现代人生活的重要部分，为人们模塑出社会环境的秩序，而且提供了人们生活发展走向的模本。即使是一些源自历史与生活经验的故事，通过现代“叙述”后，不仅向人们提供出了人们在现实生活中更高追求层次上的社会价值，同时也表现着最本质，也是最重要的生命形式（生存状态）。在不断强化的过程中，影视作品成为了现代人日常生活经验与文化素质积累的重要形式。人们在欣赏故事的同时，也将自己的人生故事化。

第一节 影视作品与“故事”

一、叙事的起点——故事

现代叙事理论的一个重要发展，就是说明了大众传播媒介的主要功能之一在于以“讲故事”的形式向社会公众讲述人生经验，传递文化常识，并通过讲故事的方式，使影视作品能够同其他类型的大众媒介形成互补，帮助公众认识不同生活环境以及相关的生活观念。凭借故事与情节的设置，影视作品对社会现实进行重新定义（影视作品也因此具有意识形态的意义），并以不同的理念重新组织观众的思维方式与思维活动，为观众创造出一个新的思维空间。

我国在改革开放以前，电视还没有进入人们的生活，看电影对于收入水平还很低的广大中国人来说，也是一种“高级”享受。一些组织性的观众活动，虽然淡化了市场运作，但主要强调的是一种教育功能。随着电视的普及，观看电影或电视虽然其中有着教育功能的成分，但主要功能已经转向了娱乐。观众在欣赏的过程中，更多地沉浸于各种有趣的故事中，忘情于动人的演员、好听的歌曲、富于匠心的视觉构图和那梦幻式的刺激，却忽略了影视作品也同时具有影响着人们的认知与对事物的评价态度的功能。现代大众传媒的发展在不断延伸人们的视觉空间的同时，又缩小了人们的行为空间，人们除了有限的日常生活经验外，更多的是从影视作品所传送的想象或虚构的故事经验中获取建构现实的信息，并以此为依据模塑出个人的生活、思考、行为等趋向，这种影响使它已经成为传播学、社会学、心理学和伦理学的重要研究课题。

现代影视艺术产生于社会化大生产时代的背景之下，这一背景的一个

突出标志是人类的生活同时向开放和封闭两个极点发展，即认识空间不断扩大，而个人生活空间却不断缩小，两个极点之间留出了一个特殊空间，使许多人因此而陷入一种时代的空虚之中。现代影视作品在经济利益的驱使下，经常再现社会公众的共同梦幻，特别是对于性别、权力关系以及对于社会和个人经济结构的想象。一些学者通过定性与定量研究后发现，影视作品在内容表现上往往代表着社会公众的潜意识，并以生动活泼的形式投射出人们的思绪与愿望，而作品所传递的情感和意识形态又是同特定的社会文化相联系的。作为大众艺术，影视作品通过不同类型、视听觉符号的编码以及各种叙述故事的手法，去建构和模塑人们共同的社会经验。作为对于缺陷的补充，影视作品中反复出现的情节和角色正折射出社会大众的愿望与迷惘，并以一种新的形式体现出现代大众传播媒介作为社会传播工具的特殊功能。

在现代社会中，人们在看电视剧特别是在看电影的时候，其形式颇类似传统部落中的人们所参与的社会性或宗教性的仪式，无论是居住的客厅，还是电影院，观众会按时出现在固定的场合，观看（或欣赏）那些特定的仪式行为。虽然时空与所选择的媒介有所不同，但现代观众与传统部落群体却有着类似的信息传播与接收行为。特别是当影视作品的内容在趋同于社会大众的共同经验时，观众自然也在观看的过程中，“复诵”着各种社会神话。如意大利故事片《罗马，不设防的城市》就是导演罗西里尼和阿米台依（意大利共产党领导人之一）以爱国神父莫罗基尼的真实斗争事迹为蓝本，根据一个抵抗运动的领导人的口述编写的，编写过程中，又把意大利共产党员和广大爱国群众的斗争融入其中，为人们讲述了一个有意味的故事。

既然影视作品是一种社会神话的“复诵”，这就使它具有了传统戏剧的本质，即肩负着传播社会主流价值观的任务。但是，由文化的辩证观所决定，影视作品对于社会文化的评价与传播并非总是一致的，当它以艺术的形式再现社会现象时，常常会出现“扭曲”社会真相的情况，所以，有人认为，这种受到扭曲的社会现象无须把它们看成社会真实的全貌，而应将其视为是“某些”或“部分”社会价值的反映。当然，绝大多数观众也知道，戏就是戏，影视作品所表现的不过是一个象征的世界，无法简单地将其等同于人类的现实生活世界。问题在于，影视作品所描绘的虚构真实，是否会危及社会主流文化价值观，特别是那些较深层次的社会主流文化价值观。

一般情况下，影视艺术作品在继承戏剧手法的同时，以象征符号再现社会的真实现象（一种艺术化的真实），其内容与手段多具商业娱乐取向，而吝啬于艺术价值体现。即影视作品的社会功能虽然奠基于一以艺术形式表达观众所生存的真实社会，但巨额投入使其目的最终定位在了提供观众“想要看的东西”上。在满足观众需要的过程中，收回成本并尽量赢利，而并非进行纯艺术的表现。这种商业导向，使得现在许多影视作品追求流行，题材重复，以至于引起观众的逆反心理。一部作品的成功，往往导致一批类似作品的出现，向观众讲述剧情相似的故事，这使得媒介表现成为了一种现代“游戏”。

自20世纪70年代以后，欧美一些国家的影视作品开始关注怎样透过描写家庭与人际关系中的冲突去夸张地表现家庭成员之间的错综复杂的关系。除了展示家庭财富和性的吸引力外，其内容往往大致相似，较少铺排戏剧性动作或设置悬念情节，或者夸张地表现暴力，这些特点也对我国的影视艺术产生了影响。影视作品中表现的家庭伦理、犯罪纪实、武侠、戏说历史、现代情爱，其内容虽然多同社会文化密切相关，但所反映的往往是部分化的社会价值观念。

有的学者认为，电视剧的播映类似于“讲故事”（所以，电视剧又有“电视小说”之称），电视剧无论在美国、欧洲或南美都十分风行，并且拥有极高的收视率。在拉丁美洲，电视剧收视率甚至超过了90%，在巴西，每天就有超过4000万人固定收看电视剧。而美国的电视剧与社会的互动关系更加显著，一些连续剧（即“肥皂剧”）可以连续演播十几年，却总是缺少一个故事的结束部分，并因此留下了多义诠释的空间（因为每个事件都有可能在下一集以反面的形式出现），使各种对立意识形态都有在连续剧中演播的机会。

各种对于社会现象的观察与模仿，通常都会借助于虚构的方式在影视作品中得到展现。影视作品的制作者凭借自己对于社会的特殊认知，也通过自身所特有的意识形态和文化价值观念，使作品的情节有所不同。但影视作品中的信息内容却总是反映着部分观众所共有的历史经验，同时又具象地表现出某些社会群体日常思考的模式。对此，只要回想一下《渴望》、《海之歌舞厅》、《编辑部的故事》，就能够有所理解。

以往的研究发现，影视作品的内容大多反映了社会集体意识与人性的深层愿望，制作者通过非常态的境遇与选择，提供出一个不同于现实生活且属于虚构的“剧中社会”，让观众在观赏剧情的同时，对现实进行反

思，并从剧中人物的行为选择与情节中，获取某种经验与智慧。这也是影视作品具有“迷幻”作用的原因，即在剧中世界，总是以道德战胜邪恶，以公理和正义取代不公，使得影视作品的虚构又对应了某种社会生活的愿望。

受到国际研究思潮符号学、精神分析及女权主义的影响，许多学者近年来开始针对一些传播目的特定而文本时间集中、内容结构清晰且论述符号明确的通俗文化（如广告）进行探索，却没有注意到对流行于社会各阶层的通俗艺术（如服装、流行歌曲、漫画、卡通）进行研究，以及没有进一步探索内容结构都更为复杂的影视作品。但是，这些包括影视作品在内的没有得到研究者青睐的“流行”与“通俗”文化不仅大量存在于大众社会中，而且受到了人们广泛的欢迎和喜爱，并往往借着消费商品的名义，在各社会阶层中流行。

二、影像——文化的载体

影视作品的复杂性在于，它是一种夹杂在古典与民间艺术、传统与新潮文化之间的通俗商品，所以，不仅应该得到社会学与人类学的重视，还应该得到传播学的关注。这些通俗文化一向没有固定的形式，是由历史情境和接收品位决定其对象与内容的。但无论是视觉或听觉符号，或是视听符号共同运作的通俗文化形态，除了在各个年代显现出当代意识形态与当代符号诠释外，还保留着对于过去的记忆和对未来的展望。这两个方面都对社会传承产生极为重要的影响，同时也是影视作品情节结构的基础。这就使它能够成为传播学研究的重要内容之一。

现代研究认为，大众通俗文化中最重要的是“现在感”属于持续的“转换”过程。虽然通俗文化具有多元化的形式，天性上追求解放和叛逆，但建构起影视作品或其他通俗文化中的最基本的骨架，仍然是社会中最熟悉的意义，即那些持续存在的传统价值观念和意识形态。这一点在我国最具有现代意识的影视作品中完全能够得到证明，即作为观念的表现，总是在超前和回归两个极点上运动。

按照电影理论家儒特的观点，影视艺术作为一种通俗文化现象，实际上它属于文化产品，反映着社会精神的特质与需求。他认为，当文化泛指一个文明社会所生产的所有知性行为与社会产品（如艺术、科技、商业、政治、娱乐），影视作品就可以被视为一种被一般大众接受且广为流传的艺术性产品，代表着这些观赏者对现象世界的普遍性理解以及口味，而难

以受到少数人认可的标准和评价所控制和左右。即影视作品或其他通俗艺术作品所依据的是一般公众的判断、品位、价值观和情感，而不是少数人（如文化精英）的嗜好。所以，影视作品作为通俗文化的艺术性产品，所展示的是社会公众在特定时空的喜好、认知、接受和精神需求，是提供给社会公众消费的，是一种特殊的商品。

在现代社会中，艺术在通俗化的过程中正在被淡化，影视作品和音乐、舞蹈、民间工艺品甚至食品、建筑一样，都成为了体现社会文化与艺术的重要渠道。传播学者 Newcomb 认为，当电视已经成为现代生活的一部分时，电视剧正是现代社会最大众化的艺术形式。我们现在的认知方式带有极强的文化精英的特色，以其标准去讨论分析作品的内涵、表现形式、制作技术，讨论分析作品所显示出来的意义，却忽视了影视作品同音乐、绘画、舞蹈这些纯艺术之间的区别，纯艺术在表达上强调的是作者的个性、原创性，强调的是作品独特的感染力与思考力（经典作品也因此产生了同大众之间的距离），而影视作品所强调的是一种能够被大多数人所接受的样式。或者说，纯艺术的商业价值是被附加上去的，而商业性艺术对于赢利的追求却是与日俱增的。电视剧在这方面的表现更加突出一些，其演播过程中不断出现的广告，使观众无法认真地以欣赏艺术品的方式进行观看，同观众所建立起来的联系，只能停留在社会与生活层面上，难以进入到美学层面中去。这就是为什么关于现代影视作品的研究多为社会性议题（如暴力对于孩子的影响）、技术性议题（如《泰坦尼克号》现代技术的使用）而缺乏艺术性议题的原因所在。

当然，现在也有一些学者开始从美学的角度研究影视作品，探讨影视作品怎样运用艺术手段再现故事的学术研究越来越受到重视。但有一个事实又是难以回避的，就是观看电视剧和观看电影在行为方式上具有一种随意性，绝对没有欣赏纯艺术的虔诚态度。这种心不在焉的随意与其说是在参与审美活动，不如说是在参与随意的集会。虽然观众也能够多多少少感受到一点或许多艺术教诲。

影视作品为了反映社会现实，往往是通过讲故事的方式描绘社会中的人情对立现象，并以此同社会、文化、个人情感、观众认知产生认识上的同构关系。影视作品不仅是观众梦想与幻觉的组合，同时也是社会多数大众通俗兴趣与文化品位的表现，也因此反映了具有代表性的社会意识与形式内涵。

三、影像叙事——社会大众的自我观照

影视作品故事情节的特定类型与结构反映出了社会大众的文化现象与精神需求，同时也使剧情中不可避免地再现了社会共有的神话、梦想、象征和游戏。因为只有包含这些内涵的故事可以满足大众对熟悉感的需求，而直接与人们的潜意识、文化无意识沟通，并且一再重复。可是，当影视作品各种特定类型的故事占据了观众大量的娱乐时间时，却很少有人去思考或了解这些类型与公式的意义。

由此推论，观众观看影视作品的行为与专注的程度、社会风气与影视作品的风格、流行时尚等是彼此相关的。而影视作品的成功因素不仅包括故事、情节、政治，还包括一些偶然因素，如题材的选择、明星的知名度等。影视作品的意义实际存在于文本（情节）内容与观众之间的互动中，影视作品也因此可以说是文本与观众二者之间相互作用的产物。

就影视艺术的研究来说，本身也是不平衡的。电影的研究机制相对要完善一些，电视特别是电视剧的研究在我国却还处于起步阶段，甚至文学、艺术、社会学、传播学都还没有把它当做认真探索的对象。这一点国外的情况也差不多。电视剧受到学者们的青睐是在1985年以后，当时美国正在播出电视连续剧《豪门恩怨》，剧情的悬念成为了人们普遍关注的话题，在这种情况下，电视剧中的社会情境、剧中人物的个人认同、观众对于虚构情境的认知，不但成为了报刊讨论的对象，相关的议题也立即受到了传播学研究人员的关注与讨论。

此后，一些传播学研究人员相继从社会学、人类学、心理学的变量的角度解释电视剧同观众之间的关系，焦点集中在了电视剧内容对于现实社会的偏差描述上。有人甚至认为，电视剧既然被许多观众当成是真实生活的替代品，就应该了解电视剧的叙事策略。长期连续观看的结果是，有些观众甚至将这些娱乐性戏剧情节与真实人生相混合，以为剧中的某些角色实际存在于现实生活中间，所以，如果观众如此投入，电视剧中的虚拟社会如何提供愉悦，就应该受到研究人员的检验。

客观地说，一个社会大众热衷参与的传播行为是应该受到研究者的关注的，何况影视作品本身是一个有目的、有组织、有特定价值观与文化情境的传播行为，其作为大众通俗流行文化对于社会的影响更应该受到重视。

但是，电视剧具有比较突出的“大众文化”的特征，不可避免地染上“文化商品”的色彩。一方面，它同传统意义上的“艺术作品”相比，

其社会文化的内涵及价值表现在学术的视野中有差距，使它难以成为对等的研究对象；另一方面，传播学的研究方向，过去一直集中在传播者、受众、信息等变量因素上，重点研究的是媒体理论和各种相关数据的搜集与整理，使电视剧在无意中滑到了各相关学科的边缘领域，受到了学科研究的冷落与忽视。我们之所以将影视作品统一在一起进行研究，一是考虑到利用电视研究的优势带动电视剧的研究，二是考虑到近些年来电影与电视剧的创作互相影响的现象越来越突出，对它们进行一些对比研究也许更容易加深对电视剧的理解。

第二节 影视作品的叙事系统

一、影像叙事元素

关于文本的研究，有一项内容是人们长期关注的，对于影视作品来说也不例外，就是制作者怎样通过叙事达到同受众之间的互动。

现代叙事理论已经建立起了庞大的比较框架，而随着符号学与后现代文化研究的兴起与转变，语言学、文学也开始以叙事概念思考文本的内容与结构问题，有关影视作品的文本分析也悄然兴起，这一研究趋势使不同的研究者认识到真实的历史记录（新闻）与虚构的叙事文本（影视作品）之间的区别逐渐变小。有的研究者认为，历史事件经过叙事者（新闻记者）以“叙述”方式讲述时，事实再现也在大众传播媒体的转换过程中变成了叙事者对于事实的诠释，这必然导致事件的真实与虚构成分在结构上的差异变得模糊起来，难以清晰地再现。

现代叙事理论的研究领域在多种理论的作用下也变得复杂而多元化。但是，一般说来，叙事理论的核心议题在于阐释作品，研究由传播者到受众之间的各种行为。所以，影视作品所传播的各种要素、故事结构、叙述方法等，都应该属于影视作品叙事研究的范畴。

儒特认为，所有展现社会文化的产品（包括影视作品）与该社会文化中的娱乐、商业、信息行为都是密切相关的，彼此相互成为对方吸引大众的力量，同时分别展现大众兴趣的方向以及该兴趣在社会中被重视的程度。按照这一观点，传播行为可以被视为“传播者与受众通过某种修辞媒介（如表演、文本、符号）所进行的沟通及互动行为”，而影视作品的传播过程也可依此进一步定义为“叙事者与观众之间通过传播媒介，接

触戏剧性故事的沟通及互动行为”。这一传播观念将大众通俗文化中的影视作品解释为“通过表演形式，传播者向观众以修辞方式表达其对某一主题对象的意见或情感”。在这里，传播被视为是娱乐、商业、信息等行为的核心要素，同如何使用“修辞”有关，而修辞即符号，传播者与受众通过符号序列联结起对现实世界的看法。

儒特还特意对影视作品的基本目的、形式或类型等九个重要修辞元素加以说明，并将九个元素划入三个互动的系统（见图1-1），即作品、表演、反应，九个元素彼此之间又是相互影响，共同决定了影视作品所涵盖的整体现象。而从修辞角度考察这九个互动元素时，可以借助古典修辞理论探索各元素之间的联系，并发现传播者能够通过三种方式影响或说服观众，即道德验证、情绪吸引和逻辑验证。这三种方法也是影视作品叙事时所使用的最重要的修辞手段。

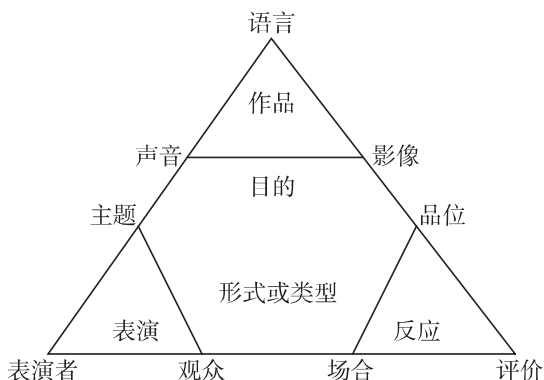


图 1-1 影视作品的互动元素^①

儒特认为，除上面九个直接元素外，其他相关因素还有作品制作、接受和论述。基于电影和电视媒介自身的特性，影视作品的创意、铺排、风格和技巧，以及使观众印象深刻而能够记忆的修辞与论述，也是重要的元素。其中，修辞的顺序与风格又属于艺术剪辑与美感再现的论述问题。即影视作品在追求特定目的或形式时，总是设法从修辞和美学的论述手法显现社会的既有价值和逻辑观念。

这种观点在本质上仍不免受到了传播目的与再现时所选择的形式影

^① 转引自蔡琰《电视剧：戏剧传播的叙事理论》，台北三民书局，1998年。

响。因为传播目的的定位，即娱乐和宣传，必将会影响到制作者所选择使用的媒介形式，而媒介形式又会影响到表述的手段。如影视作品是以娱乐为目的时，其表现手段必然会强调情绪上的吸引力，而定位在宣传目的时，则会强化逻辑验证的成分。这种观点的意义在于，以往为我们所忽视的古典修辞学应该受到影视工作者的充分注意，即在影视作品中怎样将道德验证、情绪吸引和逻辑验证有机地统一在一起，建立起有序的结构秩序，并在作品中显示出特定的风格。

戏剧理论家阿莫斯也提出了影视作品讲故事的互动传播模式。他认为讲故事的另外九个互动关键性要素，分别由左到右，从上到下，直行排列为：类型、剧本、作者、舞台/荧幕、演员、制作/导演、剧场、观众、社会，相互之间的排列关系如下：

类型	舞台/荧幕	剧场
剧本	演员	观众
作者	制作/导演	社会

这九个元素也可视为影响影视作品制作的品质和观赏态度的重要变量，彼此之间可以以交叉形式互相影响着对方。

二、影像叙事层次

关于影视作品的构成系统，丹尼尔的理论体系被认为是相对最为完善的。他认为影视作品并非仅仅是文本、观众、叙事者、论述与修辞之间的互动问题，还同几个组织框架之间的互动关系有关。他认为影视作品作为现象是一个随时间流动而产生的复杂历程，在这一过程中，制作者与消费者不断地进行着双向协商与信息交换。他把影视作品互动的几个系统分列成不同的框架层次，然后逐项讨论影视作品制作与消费过程中从最外围到最核心的相关要素，因而拓展了传统影视作品研究的视野。按照丹尼尔的观点，影视作品的研究范畴包含三个层次：最外层是一些外在于作品文本却彼此互相影响的因素，包括：政府执行政策和意识形态、各国政治与传统文化传统、国际资本竞争的压力、观众对故事的影响、传播者与接受者对“类型”的期待、制作公司与媒体的经济因素、媒介在信息层面的互动、社会阶层的差异，以及地区与语言认同。

在这一层面上，丹尼尔认为政府的执政情况、经济策略与意识形态，都会对制作公司以及影视作品如何制作产生出关键性的影响。一般情况下，各国政府大都默认现实，他特意举了西欧社会经济理念迄今仍按照马