



中国劳动关系学院
学术论丛



中国电视剧创作的 “共享文化”策略

The Commonly Shared Culture Strategy
in Chinese TV Play Creation

李朝阳
著



中国工人出版社



中国劳动关系学院
学术论丛



中国电视剧创作的 “共享文化”策略

The Commonly Shared Culture Strategy
in Chinese TV Play Creation

李
朝
阳
著



中国工人出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国电视剧创作的“共享文化”策略/李朝阳著.

—北京:中国工人出版社,2011.7

(中国劳动关系学院学术论丛)

ISBN 978-7-5008-5017-5

I. ①中… II. ①李… III. ①电视剧创作—研究—中国 IV. ①J904

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 142570 号

出版发行:中国工人出版社

地 址:北京鼓楼外大街 45 号

邮 编:100120

电 话:(010)82075935(工会与劳动关系分社)

发行热线:(010)62004002 62033018(读者服务部)

购书网址:<http://ghyldgx.taobao.com>

网 址:<http://www.wp-china.com>

经 销:新华书店

印 刷:北京市密东印刷有限公司

版 次:2011 年 7 月第 1 版 2011 年 7 月第 1 次印刷

开 本:700 毫米×1000 毫米 1/16

字 数:250 千字

印 张:16

定 价:29.00 元

版权所有 侵权必究

印装错误可随时退换

目 录

导 论	(1)
第一章 电视剧文化的历史嬗变与现状分析	(14)
第一节 当代美学多元格局的建构	(14)
一、当代美学的转向	(14)
二、多元的美学格局	(18)
第二节 电视剧的文化构成	(24)
一、作为审美文化的电视剧文化	(24)
二、电视剧文化结构的历史嬗变	(27)
第三节 当下电视剧的“文化迷失”	(46)
一、大众文化的角色演变	(47)
二、电视剧文化类型的单一	(50)
三、电视剧审美判断与价值取向的误区	(52)
第二章 关于电视文化与“共享文化”的理论探讨	(59)
第一节 电视文化的本质	(59)
一、电视的来龙去脉	(59)
二、电视的双重身份	(61)
三、电视传播中的“爱丑之欲”	(63)
四、决定电视文化走向的两大要素	(68)
第二节 “共享文化”的内涵、形成背景及结构关系	(73)
一、“共享文化”的内涵及形成背景	(73)
二、“共享文化”的共时性结构关系	(75)

三、“共享文化”的历时性结构关系	(76)
第三节 电视文化与“共享文化”的内在关联	(80)
第三章 中道之境：“共享文化”与电视剧创作	(84)
第一节 当下电视剧的文化身份	(84)
第二节 “共享文化”与电视剧创作	(86)
第三节 “共享文化”的中道之境	(90)
一、“共享文化”的理想图景	(90)
二、电视剧《奋斗》的文化定位	(96)
第四章 “共享文化”视野下的内容产业开发	(99)
第一节 全球化背景与电视文化的转型	(99)
一、全球化背景下的文化策略	(100)
二、大众文化的“先锋性”辨析	(111)
三、从“民族的”到“世界的”	(116)
第二节 美国电视剧的文化策略剖析	(132)
一、美剧和中国电视剧的总体差异	(132)
二、《越狱》对社会文化心理的表达	(134)
三、《绝望的主妇》的文化主题剖析	(141)
第三节 韩国电视剧的文化策略剖析	(146)
一、唯美与温情：韩剧对社会心理的把握	(147)
二、民族与世界：韩剧对文化心理的满足	(150)
三、生产与营销：韩剧对媒介生态的整合	(157)
第五章 中国电视剧文化的内容产业开发	(162)
第一节 描述与归纳：电视文化与内容产业	(162)
一、关于内容产业	(162)
二、中国电视内容产业的现状分析	(168)
三、中国电视剧文化产业背景分析	(172)
第二节 批评与策略：中国电视剧文化资源的开发	(181)

一、传统文化元素的开发：以动画片为例	(181)
二、文化的具象表达策略：以武侠剧为例	(202)
三、中国电视剧“超越性”精神表达的盲区	(209)
四、电影《叶问》对电视剧文化开发的启示	(214)
 第六章 体现东方意蕴的电视剧文化	(220)
第一节 “共享文化”的思想源泉	(220)
第二节 全球化背景下电视剧品牌的建构	(222)
一、电视剧《汉武帝》的文化得失	(222)
二、电视剧《大明宫词》的审美意蕴	(226)
三、内容与形式的博弈	(235)
 参考文献	(243)
 后 记	(248)

导 论

布莱希特有一句至理名言：越是司空见惯的东西，人们越是对它缺乏思考。赫拉克利特曾指出：一切皆流，一切皆变。那么，对于我们既熟知而每天又都在变化的东西，我们该怎样进行思考呢？

文化，这是一个为人所熟知的字眼，而它又处在怎样的流变之中？不谈 20 世纪里中国文化的脱胎换骨和风云变幻，单就近二十年、十年甚至五年、三年的时间来看，太多的新鲜就足以令人目不暇接。从几十年来中国电视剧的发展可以看出中国社会的变化历程，从某一个具体时期的电视剧可以看出当时的社会文化状况和社会心理状态。可以说，电视剧是社会文化的晴雨表。

自第一部国产电视剧《一口菜饼子》诞生以来，中国电视剧已经走过了半个世纪的历程，尤其在改革开放以后，中国电视剧得到了巨大的发展。目前，全国共有电视剧制作单位 2200 多家，电视剧年产量近几年来都保持在每年 500 部、13000 集左右。^① 2008 年，全国平均每天生产电视剧 40 集左右，在全国 1974 个电视频道中，播放电视剧的频道有 1764 个，占总数的 89.4%。电视剧的广告收入已经占全国各级电视台广告总收入的 50% 以上，成为大多数电视台举足轻重的经济来源。2007 年获得国产电视剧发行许可证的剧目有 529 部、14670 集，与 2000 年相比，年产量翻了一番。^② 根据央视-索福瑞媒介研究有限公司在 2005 年以及 2006 年 1 至 9 月份的统计数字，中国内地喜欢看电视剧的观众占 55%，占所有电视观众的半壁江山略强，2006 年 1 到 9 月份平均每天每人花在看电视剧的时间是 56.8 分钟。^③ 2010 年，国产电视剧的产量更是达到了 1.48 万集，中国已

① 《剧变中国——中国电视剧改革开放 30 年论坛实录》，《中国日报》2008 年 1 月 6 日。

② 《新京报》2008 年 2 月 26 日。

③ 传媒中国网。

经成为世界第一电视剧生产、播放和观看大国。^①

显然,电视剧的巨大影响力已经构成当代社会生活中一种庞大的文化现象,时刻影响着人们的生活观、价值观以及对于文化的认知和态度,而且,电视剧产业也已经成为中国文化产业发展中的重要一翼。《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》指出:中国将逐步完善有利于文化创意群体创业发展的市场环境和政策环境,培育文化创意群体和内容提供商。重点培育广播影视、动漫、音像、传媒、视觉艺术、表演艺术、工艺与设计、广告装潢、服装设计、软件和计算机服务等方面的创意群体。

电视剧依托电视这一强势的大众媒介进行传播,具有广大的地域覆盖面和庞大、稳定的收视群体,是人们日常生活中不可或缺的审美娱乐方式,它先天地具有一种其他文化传播方式难以比拟的优越性,那就是其巨大的影响力。这种影响力外在体现为一种直观的关注度和经济利益,内在则体现为对受众的文化喜好、审美认知、生活观和价值观等方面的改变和塑造。前一种影响力指向直接的经济利益,而后一种影响力则因为渗透到受众的内在心理结构而可以保证经济利益的长期获得。在全球化背景下的今天,这种影响力更具有了传承民族文化、维护国家文化安全的重要意义。

然而,从文化层面上而言,在电视剧创作和电视剧产业方面,当前中国电视剧仍存在很多问题,诸如文化类型单一、缺乏原创精神、审美和价值判断出现误区等,其中,较为根本的一个问题就是缺乏文化的自觉意识、危机意识、传承意识、使命意识以及产业经济上的大局观和长远的眼光。如果不对电视剧文化进行理性的引导和长期的规划,动机简单、短视的商业传播行为将影响到中国电视剧产业的开发,同时,从长远来看,也不利于文化的传承与传播。因此,一种切合实际的文化自觉意识和文化传播策略显得极为迫切。同时,电视剧作为一种广为接受的艺术形式,在多元文化并存的当下,呈现出与以往不同的多种文化面貌,如何对这种普遍的多元文化表达进行系统的梳理,并结合电视剧本体进行理论的归纳,从整体上把握电视剧的文化身份等问题,对于电视理论来说,也是需要补充

^① 《中国文化报》2011年2月25日。

和更新的研究领域。

本书从“共享文化”的视角出发,对电视剧文化结构展开分析,旨在通过对电视文化作出较为新颖的理论梳理和补充,以及对电视剧文化的本质和电视剧文化新策略的理性审视,为电视剧文化资源的开发和创作提供某种启发,同时,这一思路也延伸到全球化背景下电视剧文化产业的开发领域,进一步对中国电视剧展开更为全面的观照。

一、问题的缘起

(一) 文化类型的界定与中国当代文化的变迁

文化似乎是一个无所不包的范畴,关于其定义,美国著名人类学家克鲁伯曾列举出 170 多种,但总体上看,有从哲学出发的宏观界定方式和从具体学科出发的微观界定方式两种。“文化是指一个社群的‘社会继承’,包括整个物质的人工制品(工具、武器、房屋、工作、仪式、政府办公室以及再生产的场所、艺术品等),也包括各种精神产品(符号、思想、信仰、审美知觉、价值等各种系统),还包括一个民族在特定生活条件下以及代代相传的不断发展的各种活动中所创造的特殊行为方式(制度、集团、仪式和社会组织方式等)。”^①该定义兼顾了物质、精神和行为三个方面,较之从具体学科出发而下的定义而言,更为全面和准确,故本书中所使用的“文化”这个词的基本参照系和出发点来源于此,并主要采取其精神方面的意旨。

对于文化的类型划分,总的说来,有水平的划分,如审美、科学、法律、道德等不同的文化范畴;有垂直的划分,即某一领域内部文化演变出不同的部分或形态:主导文化(或主流文化、官方文化、正统文化等)、精英文化(或高雅文化、严肃文化、少数人文化、小圈子文化等)、大众文化(或流行文化、通俗文化等)和民间文化。就水平划分而言,本书主要采用审美文化这一概念,就垂直划分而言,本书主要探讨的是电视剧领域内的主流文化、精英文化和大众文化(“三元文化”)以及这三种文化的交互与融通所构成的“共享文化”。

^① Bullock, A & Stallybrass, O. (eds), The Fontana Dictionary of Modern Thought. London: Fontana, 1982, p. 150.

就 20 世纪以来的中国文化而言,总的说来,可以大致划分为“五四”新文化运动—新中国成立后的社会主义文化—改革开放以来的新时期文化这三个阶段。

改革开放之前,中国社会基本上是浑整不分的总体性或中心化社会,其最显著的特征就是一元性和政治性。政治、经济、文化被高度地强制性地统一在一起,一切都是政治的不同侧面而已。有学者发现,这一时期的中国社会,是国家对社会的和经济的各种资源的高度垄断,进而实现了政治、经济和意识形态的一体化,因而形成了一个低分化的社会。^①法国社会学家布尔迪厄认为,这种低分化状态,就是各个相对独立的“场”尚未形成,所有的价值和活动都高度依附于政治场,而且是无中介的。这样高度的整合性和总体性,是借助于体制上的中心化、资源上的垄断、社会生活的模式化以及自我封闭等方式实现的。在这样的社会类型中,不存在各个亚系统的自律性,同样作为亚系统的政治系统超越一切地控制任何其他亚系统。经济和文化变为政治的直接延伸。“在这种政治、经济、文化被高度一体化时,除了政治系统具有超越一切的功能以外,经济和文化系统已经失去了自身运作的轨道和调节能力。这就形成了各个亚系统自身功能的丧失。在文化领域,工具性的政治话语是唯一具有合法性的话语形式,任何其他声音都不允许被发出。与外部世界的文化交流逐渐停止,文化系统变得越来越自我封闭,唯一的合法化使得话语结构具有高度的排他性。文化,特别是审美文化,成了权利话语的直接表现形态。”^②

改革开放以后,政策放宽了对经济和文化的控制。行政包办一切的中心体制逐渐瓦解,计划经济体制转向了市场经济体制,行政手段往往通过中介施加强对经济活动的影响,这使中国经济发展获得了更大的空间和活力,随着政治—经济的分化,其他领域的许多分化得以相继实现。分化的结果造成了差异,差异又增强了自律性。在 20 世纪 80 年代,中国的文化领域呈现出比较自由的发展和繁荣的趋势,精英文化具有比较优越的话语权,大众文化初露端倪但未成气候。而 90 年代以后,大众文化迅速崛起,

① 邓正来、景跃进:《建构中国的市民社会》,《中国社会科学辑刊》1992 年第 4 期。

② 周宪:《中国当代审美文化研究》,北京大学出版社 1997 年版,第 14 页。

与此相对的是精英文化的萎缩，这和中国整体经济的腾飞，以及人们生活水平的极大提高有着密切的关系。在政治—经济—文化这三者的结构中，相对于其他二者而言，文化的自律性似乎较弱，特别是审美文化，在一定程度上摆脱了作为政治的工具这一角色后，又受到来自经济领域的巨大冲击，并因这种影响而被重新塑型。文化产业直接和经济利益挂钩，大众文化的繁荣是历史的必然。在很多审美文化文本中，当“真—伪”逻辑取代了“友—敌”逻辑之后，很快又被“生产—消费”逻辑所取代。

席勒以素朴的诗和感伤的诗为分野，黑格尔以散文时代取代诗的时代作为描述，从不同的角度涉及古典文化的终结问题。后来，马克思展开对异化劳动的分析，海德格尔指出技术理性对精神的凌越，使人们不再“诗意地栖居”……社会的分化导致了文化的分化，政治、经济、文化的复杂互动，体制、市场和文化自身的自律，使得中国形成了主流文化、精英文化、大众文化“三足鼎立”的文化景观。文化对话和复调状态代替了文化独白。

然而，表面上看似更为民主的“三足鼎立”在实际上是否就实现了文化话语权的民主分配呢？从人类社会生产力发展的角度来看，大众文化的兴起和繁荣有着必然的历史根据，似乎扮演着实现人类民主进化并引领人类走向自由解放之路的角色。然而，在实际上，大众文化在打破了文化的等级和藩篱之后，本身又成为新的文化霸权。这在很大程度上是技术理性对人文精神的凯旋，是科技生产力发展的某种必然，但是，人类文化之所以能够充满活力、丰富多彩并生生不息，是因为各种文化在相互影响、渗透和制约时所自觉形成的张力，虽然在这种张力场中往往有一种文化居于主要地位，但当一种文化极度膨胀，挤压、凌越甚至足以支配其他文化时，文化的健康就必然遭到损伤。人类历史已经无数次明确地证实了这一点。在当下，大众文化在合理壮大的同时，似乎又具有一种对人类文化施加某种毁灭性打击的不合理性。如何以人类的理性对待悖论而不走向任何一个极端，是当文化变迁到今天时，我们所面临的重大问题。

（二）中国电视剧的“三元文化”结构

“三元文化”分别指称主流文化、精英文化和大众文化，在这里，本书并没有采用“四元文化”的说法，也就是说，没有把民间文化纳入整体

文化结构中,原因在于以下的分析。

首先,中国当前的文化是一个多元文化并存的文化结构,对此可以从历时性和共时性这两个方面来理解。如果从历时的角度看,可以用古典文化、传统文化、现代文化和当代文化等范畴去理解;如果从共时的角度看,可以分成主流文化、精英文化、大众文化和民间文化等文化类型。显然,就电视剧文化研究而言,从共时性的角度出发,更具有理论层次上的清晰性和密切联系现实的针对性,故而,本书的第一逻辑起点就在于中国文化共时的多元并存。

其次,在共时的多元文化中,主流文化、精英文化和大众文化这三种文化类型已经形成了“三足鼎立”的文化格局。主流文化是一种政治体制衍生的文化,具有很强的支配力,在文艺领域常常体现为政治场对文化场的干预;精英文化的先锋性虽然正在衰落,但在面临大众文化的过于高昂的姿态时,常常能够与主流文化达成共谋,对大众文化展开批评;大众文化已经在当今的全球文化结构中形成了霸权文化,在中国亦不例外。在这种格局下,民间文化不论从它在当前文化结构中的理论意义上还是各种文化类型的实际影响力上而言,目前都难以和上述三者文化形成可堪比拟的文化一极,因而属于在共时并存的多元文化中相对更为弱势的一方。另外,在电视剧文化领域,民间文化也难以形成具有影响力的电视剧文化现象,即便是常常以非显性的文化元素的方式存在于电视剧文本之中,与其他三种文化类型相比,其文化影响力亦显得很微弱。

再次,由于受整个中国文化背景的制约,在主要文化成分的取向上,电视剧依次经历了主流文化(1958~1978年)、精英文化(1978~1990年)和大众文化(90年代至今)这三个阶段。^①在精英文化主导时期的电视剧的代表作是《围城》,而1990年的《渴望》则标志着电视剧大众文化时代的到来,民间文化始终没有在中国电视剧史上作为重要的一极存在过。

基于以上几点分析,本书以主流文化、精英文化和大众文化的“三元文化”结构对中国电视剧文化加以统摄,而没有把明显属于相对弱势的民

^① 高鑫、吴秋雅:《二十世纪中国电视剧史论》,北京广播学院出版社2002年版。

间文化作为单独的文化类型纳入这一整体的文化结构中来展开探讨,然而,为了保证文化内容的全面性,本书在论述中对于民间文化也有所提及。

在早期的文化博弈中,大众文化基本上是缺席的,而在当下,大众文化不仅参与,而且在博弈中居于主导地位。大众文化的霸权地位的形成,以及其浮浅、娱乐、排斥意义和理想追求的“快乐哲学”的文化指向很快引起精英界的不满,国内理论界也较早地对大众文化展开研究,并取得了比较丰厚的研究成果。就电视剧领域而言,一些电视文艺理论家有关主流文化、精英文化和大众文化的融合、边界消失的问题也早有探讨。以上这些研究成果都为本书的构思起到很大的启发作用,引领本书对此三者文化在电视剧中的复杂互动关系继续作深入的观察。

从深层而言,“三元文化”在当下的关系实际上隐喻了文化背后的话语权利实体的竞争,这和中国近年来经济的飞速发展、新的利益集团的形成,以及利益和话语权的重新分配、社会结构的调整是密切挂钩的。就大众文化而言,第一,要看到大众文化必然继续壮大的趋势;第二,首先要看到其他文化对大众文化的制约,如与精英文化和大众文化相联系的两种思维偏向——“文化精英主义”立场和放弃原则的大众文化哲学立场的斗争必然对大众文化施加压力;第三,又要看到大众文化的自我调整——大众文化自身“反民主”的悖论要求其本身进行自我调整以适应“文化民主”的历史进程。最初,精英文化对大众文化的态度是不屑的;后来,精英文化开始感到震惊,并对自身的边缘化深感失落和不平,对大众文化采取敌视或否定的态度,而对文化发展进程中大众文化的合理性如民主化、公共领域的扩大则较为漠然;大众文化则完全臣服于消费主义和享乐主义,张扬“快感政治”,以感官的无限解放拒绝深度思想和形而上的东西。当下,虽然本质立场的不同使得文化类型内在的排斥心理不可能消除,然而,紧张的关系毕竟得到了表面上的缓和,不同类型文化的融通和互相渗透逐渐能够为各种文化集团所接受甚至欢迎。

在整个文化结构发生变化的时代背景下,很多电视剧文本也开始自觉地关注不同类型文化的整合,往往也收到了很好的效果。但是,对于这样的现状,关于“三元文化”的交互运动关系的研究似乎略显滞后,立足于

电视剧文化的历史背景和当下语境,对当前电视剧文化应该作何种理论阐释?对未来的电视剧文化作何种前瞻?对于一种普遍在实践中操作的文化现象,是否可以用一种新的表述方式?此表述所代表的互动的三种文化之间的结构关系如何?不同的文化类型的融通和渗透关系在何种层面上得以实现?以这个新的角度来看待电视剧的创作,是否能够使电视剧的创作进一步实现理性的自律?在打造中国电视剧的东方品牌方面,是否能推演出新的文化思路?……这些问题都是对“三元文化”在电视剧领域互动关系的进一步研究,也是本书关注的重点。

二、“共享文化”:电视剧文化结构的分析视角

周宪教授在《中国当代审美文化研究》一书中提出“共享文化”的基本含义:“它不是一种特定文化群体或地位群体所特有的亚文化,它一定具备了某些超越不同文化群体差别、分歧甚至利益冲突,进而变成人人都可以享受的文化。”^①“中国近二十年的文化变迁,在一定程度上改变了过去的文化边界和规则,一种可以供社会上绝大多数人,甚至是不同的地位群体共同消费的文化正在形成。这样的所谓‘共享文化’,显而易见是指中国当代文化中的大众文化。”^②

本书引入“共享文化”这一关键词探讨电视剧文化,并对其进行了新的界定和阐释。对于“共享文化”,也可以从另外一个角度来理解,即“三元文化”的相互融通之处,它因被更多的从属于不同的社会群体的成员所接受而形成“共享”。“这三种文化中,一个重要的倾向就是主流文化在加强,而精英文化在萎缩和分化,精英文化没有凝聚成一个大的社会力量,而大众文化明显在崛起。但同时也出现了三种文化既分离又合流的倾向,比如精英文化向大众文化的倾斜,大众向主流的合流,主流向大众的合流,这使得三者的边界越来越模糊了。”^③可见这三种文化的边界愈模糊,“共享”的程度也愈高。

对于“共享文化”,本书给出的界定是:所谓“共享文化”,就是以主

① 周宪:《中国当代审美文化研究》,北京大学出版社1997年版,第83页。

② 周宪:《中国当代审美文化研究》,北京大学出版社1997年版,第82页。

③ 胡智锋、李立:《转型期影视创作的世俗化取向》(对话录),北京广播学院出版社2001年版,第204页。

流文化、精英文化和大众文化为主的各文化类型相互融合的结构整体，它并非一种独立的文化类型，而是因为更好地处理了多元文化的冲突问题，并且在相互融合的过程中整体性地体现出这几种文化的长处，从而能够使更多的受众普遍地接受。在这个“共享文化”的结构中，多元文化类型不再作为独立的文化类型呈现出明显的“排他意识”，而是在“整体性”和“转换”概念上进行温和的“自我调节”。这种“自我调节”也不是几种文化简单的拼贴和累加，而是在相互的交融和借鉴之中形成了“你中有我、我中有你”的文化新景观。

本书结合时代背景，通过对“共享文化”的结构以及电视剧文化的分析，提出一种较为新颖的电视剧文化观念，为电视剧创作和传播在文化取向和文化的自觉意识上提供一种新的理论支持和方法指导。

三、电视文化研究的理论资源评述

20 世纪 60、70 年代，随着跨国公司的兴起、大众文化的流行、消费意识的蔓延、网络的冲击、传统的断裂等新的社会转型现象的出现，文化的重要性开始显现，而 20 世纪 90 年代以后，作为“软实力”的文化更是被纳入全球化的轨道，如同经济、政治、技术和宗教一样，成为一种极其强大的力量。斯图亚特·霍尔指出：“文化已经不再是生产与事物的‘坚实世界’的一个装饰性的附属物，不再是物质世界的蛋糕上的酥皮。这个词现在已经与世界一样是‘物质性的’……商品与技术的物质世界具有深广的文化属性。”^①

自 90 年代世界进入全球化阶段以来，同其他学科一样，电视研究的地域色彩逐渐淡化，传统电视研究所依附的电视制度和学术传统也发生了较大的迁移。在此背景之下，围绕着文化展开的电视研究也成为当今电视研究的一个重要方向。英国伯明翰文化研究学派的奠基者之一雷蒙德·威廉斯指出：文化已经成为我们的生活方式，电视传播的研究无法超越文化的维度。

（一）中国电视文化研究

近年来，关于电视剧研究的主要著作有以下研究成果。

① 《四川大学学报（哲社版）》2006 年第 4 期，第 124 页。

张凤铸教授的《中国电影电视剧理论纵览》一书开拓了一个新颖的全方位视角,回顾了中国电视剧从“直播观”、“借鉴观”到“本体观”的发展历程,具有较高的理论价值和现实意义。

曾庆瑞教授在《守望电视剧的精神家园》一书系统地论述了电视剧的本体特征,对诸多国产电视剧展开文化批评,对中国电视剧文化做了大量深刻、生动而又切中肯綮的剖析。

高鑫教授的《21世纪电视文化生存》一书对电视文化从宏观、微观、形态上做了比较详尽的考察,并对电视文化进行了立足于理论和实践之上的展望,堪称电视文化领域的重要著作。

其他关于电视文化的著作还有:《电视文化学》(田本相)、《电视文化学》(陈默)、《电视文化学》(苗棣)、《电视文化学》(欧阳宏生)、《全能语言的文化时代——电视文化研究》(崔文华)、《在媒介与大众之间——电视文化论》(陈龙)、《当代中国电视文化传播论纲》(王长潇)、《电视文化的观念》(祁林)。

在电视剧题材类型研究方面,有研究历史题材电视剧的《历史题材电视剧研究》(李胜利),研究古典名著改编的《古典名著的电视剧改编》(姚小鸥)。在电视剧构成要素研究方面,有研究电视剧叙事手法的《电视剧叙事话语》(张育华),研究编剧艺术的《影视编剧艺术》(陈吉德)和研究电视剧策划艺术的《电视剧策划艺术论》(王伟国)等。

近年来,关于电视剧文化研究的主要论文:

自20世纪90年代以来,大众文化在社会文化生活中所占的比重越来越大,随着传媒革命和消费文化的发展,视觉文化由边缘转为中心,并逐步建立起霸主地位,广播电视艺术的批评理论也随着现实的变化而自足发展并不断深化。工业化生产模式和大众化审美需求等新的课题进入广播电视文艺批评的理论视阈。《工业化与电视剧艺术》(苗棣)、《走向大众,构建大众》(李显杰、修倜)等理论文章具有一定的代表性。《论当前电视节目的假大空与浅薄俗——对中国电视节目病的分析批判》(周星)和《后电视时代,请学会选择》(陈晓光)等论文对中国电视节目的病症给予了现象梳理和深刻剖析,具有较强的思想穿透力。

在关注电视剧的传播特色、传播效应及受众接受等问题上,一些理论

研究工作也呈现出超越电视剧本体美学探讨,进行文化研究的另一种思路。如《试论当代审美文化的大众传播特征》(张振华)、《走向大众建构大众——论视听(影视)“语言”文化时期的文化精神与交流特征》(李显杰、修倜)等理论文章拓展了研究电视剧的思维视野与批评方法。

在电视剧改编问题上,汪远平的《荧屏上的艺术再现美——谈古典名著的改编》一文较早地涉及了这一问题。90年代以后,对改编问题的讨论更为集中突出。蒋和森先生的《不但取其貌,更要摄其神》、戴英录等的《忠实原著慎于翻新——改编系列电视剧〈西游记〉的体会》等文章都提出了“忠实原著”的改编原则问题。《应当“忠实于”什么?——略论从长篇小说到电视剧连续剧的改编》(仲呈祥)一文也对改编者的二度创作原则进行了深入的探讨。这些电视文艺批评紧扣热点文化现象,如改编名著的态度、历史剧创作中的历史观、现实题材电视剧中的妇女观、伦理观以及人文精神关怀等问题,对创作中的不良倾向进行了深刻反思和批评,切中了社会转型阶段特有的文化脉搏和征候,反映出理论工作者的人文价值关怀和社会责任感。

(二) 以文化为主轴的西方电视文化研究

作为文化产业的电视处于经济和文化的二维空间之中,对此,德国的法兰克福学派和英国的伯明翰学派在电视的文化维度上深入开掘,围绕着媒介文化的意识形态展开了居于当代文化中心的电视批评。

波兰社会理论家 Z. 鲍曼指出,当代西方文化也可以说是西方的后现代电视文化;当代文化的特征是“多元主义,众望所归的权威的缺席,等级差别的消失,解释的多元价值取向,意义的过度丰富……这些都与权威的缺席审判形影不离(或因此而显得更为突出)。正像后现代艺术一样,西方当代文化也在迅速地变化着,只是没有一条明显的嬗变轨迹而已。”^①

美国加州大学洛杉矶分校道格拉斯·凯尔纳教授致力于对英国伯明翰文化研究学派的重新思考和修订,以回应当代的社会发展。“如果说英国的文化研究在数十年中对文化和社会的研究还是切中要害的话,那么文化

^① 罗伯特·C. 艾伦:《重组话语频道》,麦永雄、柏敬泽等译,中国社会科学出版社2000年版,中译本序,第15页。