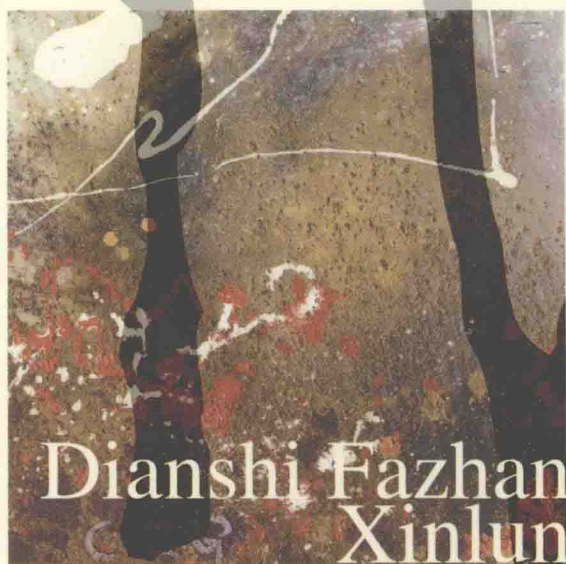


电视论丛

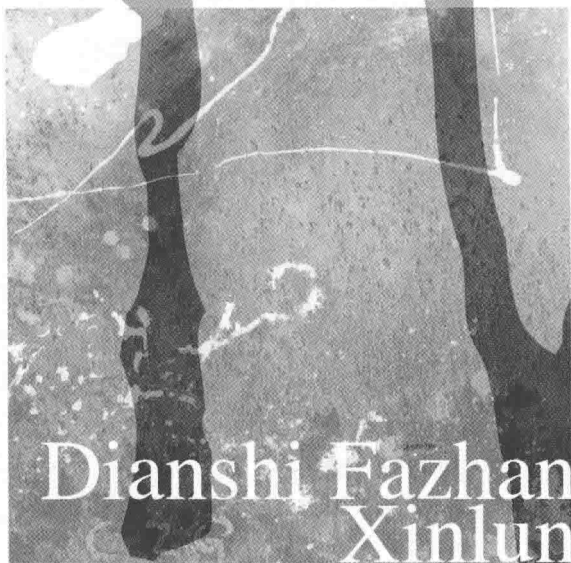


# 电视发展新论

胡智锋等 著

中国社会科学出版社

电视论丛



Dianshi Fazhan  
Xinlun

# 电视发展新论



胡智锋等 著

中国社会科学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

电视发展新论 / 胡智锋等著. —北京: 中国社会科学出版社, 2016. 1  
(电视论丛)

ISBN 978 - 7 - 5161 - 6755 - 7

I. ①电… II. ①胡… III. ①电视文化—发展—研究—中国  
IV. ①G229. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 182440 号

---

出版人 赵剑英  
选题策划 刘 艳  
责任编辑 刘 艳  
责任校对 陈 晨  
责任印制 戴 宽

---

出 版 中国社会科学出版社  
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号  
邮 编 100720  
网 址 <http://www.csspw.cn>  
发 行 部 010 - 84083685  
门 市 部 010 - 84029450  
经 销 新华书店及其他书店

---

印刷装订 三河市君旺印务有限公司  
版 次 2016 年 1 月第 1 版  
印 次 2016 年 1 月第 1 次印刷

---

开 本 710 × 1000 1/16  
印 张 16  
插 页 2  
字 数 291 千字  
定 价 59.00 元

---

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社营销中心联系调换  
电话:010 - 84083683

版权所有 侵权必究

# 总 序

多年来电视作为傲然群雄的最具影响力的大众传媒与艺术样态，以所向披靡之势引来对于它的各种各样的研究。而近年来，我们却不得不面对这样的情形：全球范围的电视普遍关注度下降，收视率下降，收入收益也在下降，与此同时以互联网为标志的新媒体则以燎原之势迅疾占据了社会的各个领域，成为当之无愧的时代新宠。对此，人们不无感伤乃至绝望地发出“电视将死”的悲鸣！

而就算电视的研究，这些年来研究者们也更多选取热闹的电视产业、市场、运营等领域，关于电视艺术与文化的关注已经相对稀缺，更何况是电视艺术、文化的基础性理论研究，自然就更少人愿意问津了！对此，不少研究者不无奚落地发出“理论无用”的呼声！

在这样的情境下，本人决意编纂推出这套“电视论丛”，似乎显得相当“不合时宜”也“不合时尚”！试想，如果按照“电视将死”的思路，我们应当赶紧拥抱新媒体，何苦回望过气的电视呢！如果按照“理论无用”的判断，我们应当迅速贴近产业市场前沿，何苦纠结传统的艺术文化呢！

诚然，与时俱进地瞄准正在热运行的媒体发展新动向，不仅是无可厚非的也是相当重要的，学术研究不能只顾闭门造车，应当关注时代与现实新的脉动，做“合时宜”“合时尚”的研究。但这并不意味着对于“过气”对象的研究就“不合时宜”，对于非热点的领域的理论探讨就“不合时尚”，恰恰相反，越是“过气”，越能够相对冷静地予以观察；越是“无用”，越能够相对理性的予以深思。正是秉着这样的理念，我和我的研究团队坚持把这套“电视论丛”整理出来！

之所以名之为“电视论丛”，一是聚焦对象为“电视”，二是皆为“理论”性研究，三是按照艺术、文化、发展三个领域方面展开，初步形

成了既相互不同又相互呼应的研究状态，成为有内在联系的“丛”书。

编纂本套“电视论丛”的各部著作，我考虑应当体现以下四个结合：

第一，本土化与国际化的结合。作为媒介与艺术形式，电视有全球通行的技术、艺术创作与制作规律与规则，也有相近的形态与方法。但作为植根于特定文化土壤中的传媒与艺术形式，不同国家、地区的电视一定会在各自的环境中，形成特有的体制、机制、内容、功能、价值等。因此，按照欧美发达国家地区的电视模式来衡量评价其他国家地区的电视，或只封闭地按照特定国家地区电视的特殊情形做整体判断而忽略国际发达国家地区成熟的电视经验，都是偏颇乃至偏执的。我历来主张电视研究既要植根深厚的民族文化土壤，立足现实国情，又要打开视野，以全球眼光审视观察，这就是“本土化”与“国际化”的结合，只有这样，我们的研究才能更到位。

第二，理论与实践的结合。电视研究自然应当有理论追求，这就是逻辑性、学理性、系统性的追求，不是简单的点评与表象的描述，而是深入地揭示具有稳定性、独特性、规律性的特征，进而提炼出具有更具概括性的概念、范畴，并形成各概念、范畴相互呼应、符合逻辑与学理要求的系统化演绎与表述。电视研究同时也应当基于鲜活生动的电视实践，应当在这些电视实践的经验基础上进行理性思考与提炼。只有将理论与实践有机结合，这样的理论才更扎实更有效。

第三，宏观与微观的结合。电视研究既关联政治、经济、社会、文化、生态等大的宏观的环境与语境，又关联技术、技艺、方法、手段等微观的细节与状态。只有将二者结合起来，这样的研究才能更具说服力。

第四，传承与创新的结合。我们的电视研究应当基于中外已有的电视及相关研究的历史传承，同时也要依据电视发展实际及未来发展的可能性，做大胆的理论假设与推进。传承当然也包括研究者自身已有研究的充分积累，创新更是离不开传承的前提。只有二者有机结合，电视理论才更具厚度与活力。

沿着这“四个结合”的思路，我和研究团队整理出关于电视艺术、电视文化、电视发展的三部“新论”。之所以说“新”，一是体系新。如关于电视文化，将生态、角色、政策、创新、传播整合在一起，这种表述体系应当是首次。二是概念新。如关于电视艺术，既有真实性等传统概念（当然也有对“真实性”的全新阐释），也有创意性、规制性、连续性、

仪式性、戏剧性等全新概念集中推出。三是视角新。如生态、规制等视角以往研究中尚不多见。

我们希望这套“电视论丛”的推出，对于电视理论建设，电视实践运行和与电视相关的学科建设都能有些启发、借鉴或推进作用。电视理论的几个构成部分中，应用研究最活跃，成果也最丰硕，决策研究也始终得到各方重视，相对来说基础理论研究难度大，进展慢，得到关注支持也相对少，期待这套丛书给相对清冷薄弱的电视基础理论研究添砖加瓦。电视理论研究尽管未必可以直接指导电视实践，但这些研究的理念、思路期待能够给电视实践带来理性的滋养与启示。与电视相关的学科不论是新闻传播学还是广播电视艺术学、传媒艺术学等都在不断面临定位、内涵等新的调整与整合中，期待这套丛书的研究内容（不少也是跨学科、跨领域的研究）能给相关学科也能带去有益的参考与帮助。

我们正在面临全球化与媒介融合的新环境与新语境，电视研究也必然会与时俱进地延展前行。从这个意义上讲，这套丛书对于以往可谓是“新论”，而对于未来显然还是阶段性的成果。尽管我相信这个阶段性成果自有的意义与价值，但局限与不足也一定不少，欢迎广大读者特别是专业同行对我们的研究批评指正。

是为序。

胡智锋 2015 年 10 月 21 日凌晨于美国波士顿

## 写在前面

21世纪以来，中国电视面临着全新的形势，呈现出不同于以往的独特景观。本书以“发展”为切入点，对这一时期尤其是近五六年来中国电视的现状、问题给予了观察、描述与剖析，并对未来走势做出了前瞻性思考。关于“新形势”，主要是偏于宏观的探讨，涉及产业、体制机制、政策、媒介融合、公共服务、文化生态等多个视角。关于“新景观”，主要是对于内容生产走向的描摹，包括节目格局、构成、创新及各类节目的新成果与特点。同时，聚焦于社会影响较大的电视文艺和专业影响较大的电视纪录片，对于它们的“新动向”与“新亮点”予以了揭示与阐释。其中，包括对于一些热播电视剧、电视综艺节目的点评，对于纪录片播出平台建设及特色纪录片创作的评析。

本书秉持理论与实践、历史与现实、宏观与微观相结合等方法，力图为中国电视发展的转型时期提供有材料、有观点、有意义的真实图景。

# 目 录

## 第一章 中国电视发展新形势

中国广播影视产业未来发展的五个重要问题 .....	(3)
对影视文化创意产业若干问题的思考 .....	(10)
开拓城市广播电视创新发展新空间 .....	(29)
解放与发展生产力 推进文化体制机制的改革与创新 .....	(32)
“三善”的时代意义与价值 .....	(38)
传媒领导者媒介素养提升论要 .....	(43)
2013 年政府媒体管理与服务的三点观察 .....	(56)
四重维度论如何提高中国传媒的国际传播力 .....	(63)
“微时代”的艺术生产与传播 ——以影视艺术为例 .....	(87)

## 第二章 中国电视内容生产新景观

十七届五中全会后的若干报道热点 .....	(93)
关于央视“新春走基层”的思考 .....	(98)
江苏电视的改变、创造和引领 .....	(103)
中国电视节目格局与文化生态 .....	(108)
2011 中国电视备忘录 .....	(114)
新世纪十年中国电视内容生产热点分析 .....	(133)
当前中国电视节目创新发展的三种动向 .....	(145)
中国电视节目创新问题之观察与思考 .....	(148)
怎么看湖北经视大民生定位的意义与价值 .....	(159)



### 第三章 中国电视文艺新动向

当前中国电视文艺评论的忧与思 .....	(163)
文化真人秀节目热播的“问”与“思” .....	(165)
电视综艺节目,需在引进与原创之间寻求平衡 .....	(171)
2012年中国电视文艺的几大亮点及几点思考 .....	(177)
“星光”求变的启示 .....	(188)
赵忠祥在中国电视发展进程中的意义 .....	(190)
重现变革时代的集体记忆 .....	(194)
2012年国产电视剧生产与传播盘点 .....	(196)
2013年中国电视剧:收视困境与创新乏力 .....	(201)

### 第四章 中国电视纪录片新亮点

建构国家纪录平台 留存民族文化记忆 .....	(209)
2013年中国电视纪录片的收获与缺失 .....	(213)
中国电视纪录片的美学新走向 .....	(217)
中国纪录片产业发展的春天 .....	(227)
六集大型纪录片《船政学堂》四题 .....	(229)
时代呼唤主流作品 .....	(233)
谈大型文献纪录片《旗帜》的创作特点 .....	(237)
参考文献 .....	(241)
后记 .....	(245)

# 第一章

## 中国电视发展新形势



# 中国广播影视产业未来发展的 五个重要问题

中国广播影视产业作为文化产业中最具活力和影响力的产业类型，一直在文化产业的发展中扮演着龙头的角色，担负领军的重任。如何看待过去若干年广播影视产业发展的整体状况？如何对它的发展进行评价？中国广播影视产业未来将会面临什么样的情况，又将呈现出什么样的发展态势？本文在对中国广播影视产业发展现状进行评价的基础上，探讨其未来发展的五个重要问题。

## 一 中国广播影视产业发展的现状

谈到中国广播影视产业的现状，就不能不提中国文化产业现状问题。关于文化产业，民间有很多笑谈。有的认为文化产业并没有真正增加产业的能力，只是在做表面文章，甚至是一个带有骗术色彩的领域；还有的认为所谓文化产业就是“政府要政绩，商人要地皮，专家要课题”。不可否认，在过去的几年间，我们国家从上到下都形成了对文化产业的狂热推动，各地出现了文化产业狂飙突进的发展态势。政府的强力推动，企业的热衷支持，还有某些科研机构和高校“专家”的盲目跟进，都可能导致公众产生“文化产业虚火过旺”的感受。那么，我们应当如何评价上述情况，进而如何看待中国广播影视产业目前的格局呢？

笔者认为，从整体格局来看，中国广播影视产业大体上有四种类型。

第一种是有产业，无文化。最典型的就是打着文化产业的旗号，圈地建设所谓的文化产业园区。这些园区实质上是在经营房地产，或者从事一些其他的商业交易和贸易，基本没有什么文化可言。这是近年来打着文化产业的旗号，不做文化内容产品的典型类型。

第二种是无产业，无文化。就是既没有产业内容，也没有文化内容，基本上是皮包公司，属空手套白狼的类型。

第三种是有文化，无产业。主要指小规模，做小生意的小作坊，比如一些广播影视制作公司，有的做点广播节目，有的做点 DJ 经营，还有的做点影视节目，等等。这些小公司基本上都是小本经营，既没有能力获得比较大的投资，也没有能力形成比较强势的产业。虽然从内容产品上说有一点文化追求，但是无法形成产业规模。

第四种是有产业，有文化。主要指既具有相当的产业规模也产生相当的文化影响的广播影视机构，比如华谊兄弟传媒集团、光线传媒、海润影视等，它们既有文化追求，也形成了一定的产业规模。

总体来看，在中国广播影视产业的发展历程中，前三种类型占的比重更大，真正有文化、有产业的最后一种类型，不论是从数量上还是从质量上来看，远远不能占据主导地位，中国广播影视产业发展的困境大抵也是出于这个原因。

## 二 对中国广播影视产业发展的评价

笔者用四句话来评价中国广播影视产业发展的整体状况。

一是势在必然。不论是文化产业，还是广播影视产业的发展趋势都不是无源之水，而是全球经济产业转型的必然结果。从历史上看，每一次资本主义的经济危机，常常都伴随着新兴产业类型尤其是文化产业的崛起。例如：20 世纪二三十年代，美国的经济危机导致了好莱坞崛起；20 世纪 70 年代，全球经济危机导致了日本影视剧和动画的崛起；20 世纪 90 年代后期，全球经济危机导致了以韩国影视剧为代表的“韩流”崛起。近几年，新一轮经济危机冲击全球，文化产业再次成为人们首选的经济类型，这其中包含着历史的必然性。经济危机导致的一个最大问题就是能源的短缺，而文化产业是低能源占有的产业，因此每一次的经济危机都会直接促使低能耗、低能源占有和高智慧、高科技含量的文化产业的崛起。中国发展文化产业的决定，依据的是世界经济发展规律，是势在必然的。

二是决策正确。从党的十六大到十七届六中全会，中央做出了关于文化大发展大繁荣的决定，颁布了促进文化产业和广播影视产业发展的一系列文件，制定了一系列有关广播电影、电视剧、动画等产业发展的重大决

策。全国 20 多个省、市、自治区将文化产业作为支柱产业，特别是北京市政府在有关支持文化创意产业发展的决策中，贴补 100 亿元人民币发展首都文化产业。尽管各地的决策不排除一些盲目判断和跟风行为，但笔者认为这些决策总体是正确的。

三是基础薄弱。过去中国广播影视产业更多的是作为公益性文化事业来经营，比如我们的广播电视是免费收听、收看的，缺乏市场运作的历练。尽管电影以市场化模式运作，但是由于产业链不成熟，无法在竞争环境中对文化产业发展起到支撑性作用。一部美国大片的票房，可能比我国全年国产电影的票房还要高；全国出版集团的收入也比不上美国一家出版集团的收入；我国广播电视全行业年收入也抵不过某家国际传媒巨头的一年经营收益。历史的原因导致中国广播影视产业的发展基础和产业链各个环节都相对薄弱。

四是良莠不齐。在上一轮文化产业大发展浪潮中，广播影视产业在投资、生产和运营领域出现了鱼龙混杂、良莠不齐的问题。一方面，有一些机构按照产业发展的规律来办事，按照发展文化的目标来推动；另一方面，有一些机构、组织和个人借发展文化产业之名，行忽悠欺骗之实，给广播影视产业的声誉带来了比较严重的负面影响。

### 三 中国广播影视产业未来发展的五个重要问题

基于以上对于中国广播影视产业目前格局的描述和评价，笔者认为未来中国广播影视产业发展任重道远。其中，有五个重要问题需要我们思考。这五个问题分别是：政策导向问题，着力点问题，发展方向问题，发展结构问题，支撑性因素问题。

第一，政策导向问题。如果说之前我国政府在发展广播影视产业方面制定的政策更多倾向于产业自身的建构，那么今后一段时间，我判断我们国家的政策将更多倾向于提供公共文化服务，或者说公共文化服务的比重在整个社会的文化发展当中会得到较大的提升。

文化产业和公共文化服务如同整个文化发展的两翼，应均衡发展，不可偏废。过去一段时间，我们在文化政策上过多强调了发展文化产业，直接导致了商业性热潮。按照政策导向设置的规律，为了维持一个社会文化建设的基本平衡，如果文化产业过热，必定要用另外一个政策去平衡。所

以笔者判断未来几年，中国广播影视业在发展产业的同时，提供公共文化服务的力度可能会加强。一方面，广播、电视、电影要继续面向市场，做大做强。另一方面，在发展文化产业的进程中，一定要让更多的老百姓感受到文化的存在，享受到公共文化服务带来的利益。如果普通公众没有感受到自己获得的文化服务，只感受到票价在上涨，收视费在上涨，不但不符合社会发展平衡的规律，更不符合中国特色社会主义的原则性要求。

目前，广播影视产业在提供公共文化服务方面，已经取得了一定成效。在浙江、福建、广东等地区，当遭遇台风或者雪灾的时候，赈灾中的应急广播配备发挥了巨大作用；在浙江，从提出“村村通”到号召“户户响”，不但保证电视通到每个村落，还保证户户都有广播的声音；在边远农村和甘肃等西部地区，电影下乡将企业、社会团体、城市居民和农民联系在了一起，共同参与，共同分摊，令电影公共文化得以普及；西新工程将广播电视覆盖到新疆、西藏等少数民族聚居地区，不但给地域辽阔、地形复杂、民族众多的西部少数民族聚居地区居民带来了实惠，也在与“疆独”、“藏独”，以及西方国家反华言论和分裂中国势力的意识形态博弈中发挥了重要作用。不可否认，与欧美发达国家在公共文化服务的均等化、普惠性、便利性等领域的长期关注相比，中国广播影视产业在公共文化服务方面还有很大推进空间。在今后，除了要继续拓展产业本身以外，提供公共文化服务将成为广播影视领域全新和重大的政策导向。中国广播影视产业要抓住这个机遇，有所作为，一方面发展产业；另一方面也要思考如何为老百姓提供更好的公共文化服务，将产业所得利益回馈社会，与百姓分享，反过来也能更好地推进产业的发展。

第二，着力点问题。笔者认为强化创新是广播影视产业未来发展的着力点。创新包括内容的创新、形式的创新、技术的创新和艺术的创新。没有创新，广播影视产业不可能有未来。笔者曾经对中国电视的创新做过一个概括，认为中国电视的创新有四个“媚”：媚洋、媚俗、媚雅、媚利。同时，也指出了中国电视的创新为什么很难推进，是因为存在四种风险：政治风险、社会风险、艺术风险和市场风险（后文有详细阐释）。在广播影视产业的发展中，现实利益的纠葛和市场风险的存在是常态，中外概莫能外。但是从全球的成功经验来看，如果因为害怕风险就秉持犬儒主义思想，放弃创新，做出保守的选择，必将碌碌无为。以电影《泰坦尼克号》为例，卡梅隆的团队是在对内容、类型、剧情、角色，甚至演员选择上做

了几年的大型调研的基础上，才做出了精准的市场定位，这是创新的必由之路。他的《阿凡达》同样十年磨一剑，通过对3D技术的创新性运用造就了全新的观影效果，取得了巨大的商业成功，也推动了整个电影世界的3D热潮。所有的成功都来自潜心创新，中国广播影视产业如果想有作为就必须创新方面下更大投入，方能跟进、超越甚至引领全球影视产业的前沿和潮流。

第三，发展方向问题。任何产业都以经济效益为第一追求，无可厚非，但同时我们要看到广播影视产业的特殊性。广播影视产业不但具有商业属性，更重要的是具有意识形态属性和文化属性，需要担当重要的社会责任和文化责任。在塑造国家和民族形象，传播整体文化软实力领域，它可以产生巨大影响，因此我们必须明确广播影视产业的发展方向。

在相当长的一个阶段，我们有很多专家主张全盘西化，以与国际接轨和遵循国际惯例为名，把全球化当作产业发展的首要选择，没有看到所谓的全球化其实意味着美国化。一味提倡全球化的发展方向不仅是错误的，而且是危险的。

我们不是狭隘的民族主义者和文化保守主义者，我们也不应简单封闭文化环境做产业，但是必须认识到广播影视产业作为文化产业的一个重要构成部分，其价值首先在于文化自身，没有雄厚的民族文化核心价值的支撑，产业不可能走远，也不可能长久。因此，对民族文化资源的保护、传承和开发应当成为我国广播影视产业发展极为重要的方向性问题。

在好莱坞，由于美国自身文化历史的短暂和文化积累的有限，其电影的主题常常是非历史的、面向未来的科幻片或者是面向当代生活的情感片、伦理片。当电影的主题涉及历史、文化的内容，就需要从文化底蕴更为深厚的欧洲去寻找，如斯巴达克斯、希腊、埃及，或者从东方去挖掘。近几年，随着中国经济的快速崛起，好莱坞在自己的电影里不断强化中国元素，以期更好地占领中国市场。从《花木兰》到《功夫熊猫》，发掘的都是中国的文化资源。

美国人在电影生产中，重视中国文化资源，用中国的文化资源赚中国人的钱，而我们自己却对本民族的文化缺乏保护和传承的意识，这确实是我们国家文化产业发展中存在的让人忧心的问题。在影视文化产业的发展方向上，我们更多的是崇洋媚外的心理，一味地把美国式的选择作为我们模仿的对象，不但在电影领域，在广播电视领域这种心理也比比皆是。比



如，目前各类电视选秀节目大多是对欧美原版的复制和翻版，忽略了对本民族文化资源的传承、保护和挖掘。笔者认为未来在中国广播影视产业的发展方向上，必须坚定地走本土化路线，依托中国国情，充分挖掘本民族文化资源，同时吸纳全球的文化资源，打造“中国创造”的广播影视产品。

第四，发展结构问题。中国广播影视产业到底应该有怎样的发展结构，这是一个非常有意义的问题。这个问题跟我国媒体的体制机制关系密切。

由于历史原因，中国特色的广播电视事业体制与产业结构更多是按照行政区划的方式进行设置，形成了从中央到省、地市、县所谓四级办广播电视的体制。这种按照行政区划而不是按照市场有效配置资源的产业结构给广播电视的发展带来了阻碍。在很多不发达或者欠发达地区，一个省级广播电视机构的效益可能还不及东部发达地区一个县级同类机构的收益，尽管前者的行政级别更高。但如果完全按照市场化方式来建构广播电视产业，西部的很多广播电视机构就会被东部兼并，有可能带来意识形态宣传的失控局面。

笔者认为，目前纯粹按照行政区划来设置的产业结构仍然有保留的必要，尽管它对我国广播电视产业的发展存在消极的影响，但是彻底的市场化可能导致更严重的乱局。比如，一个效益高的县级台是不是就可以兼并一个经营不善的省级台呢？

从现阶段理想的产业发展结构来说，笔者的观点是鼓励前沿，适当控制后端，让中间的部分相对自由。比如，在国际化程度高、意识形态宣传上压力相对不大的上海，完全可以在广播电视产业的经营方面率先放开，用成功经验拉动中部地区在产业化探索上往前推进一步。而对于中西部地区，则可以用东部地区产业的收益去作补贴，维护西部广播电视业的基本生存，保证它承担更大的有关国家安全的宣传工作，比如在新疆和西藏地区建构战略屏障，保证政治安全。总之，在广播电视产业发展结构的设置上，必须根据中国的国情需要综合考虑，既要考虑市场因素，也要考虑政治因素。

电影的产业结构与广播电视有所不同。在我国目前的电影产业中，商业大片往往模仿好莱坞，尽管规模大、效益高、票房高，但内容也受制于西方投资方和发行方的约束，所以在文化表达方面，常常显得中国文化含