

普通高等学校影视传播学教材

中国电视文化学纲要



ZHONGGUO DIANSHI WENHUAXUE GANGYAO

杨状振 著

 人 民 出 版 社

中国电视文化学纲要

ZHONGGUO DIANSHI WENHUAXUE GANGYAO

杨状振 著



人民教育出版社

责任编辑:宫 共 张双子

封面设计:徐 晖

图书在版编目(CIP)数据

中国电视文化学纲要/杨状振 著. —北京:人民出版社,2017.11

ISBN 978-7-01-018304-6

I. ①中… II. ①杨… III. ①电视文化-研究-中国 IV. ①G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 238179 号

中国电视文化学纲要

ZHONGGUO DIANSHI WENHUAXUE GANGYAO

杨状振 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街 99 号)

北京墨阁印刷有限公司印刷 新华书店经销

2017 年 11 月第 1 版 2017 年 11 月北京第 1 次印刷

开本:710 毫米×1000 毫米 1/16 印张:15.75 字数:201 千字

ISBN 978-7-01-018304-6 定价:42.00 元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街 99 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

序 言

2007年我在四川成都参加学术会议时，就听四川大学文学与新闻学院的老朋友邱沛篁教授说起，他们学院有一位河北籍的学生，十分优秀，科研潜质很突出，读硕士研究生期间即发表了大量有分量的学术论文，刚被学校批准破格提前直升博士阶段学习，他就是杨状振博士。

说来也巧，2010年状振在四川大学获得博士学位后，应邀到河北大学新闻传播学院任教，我对他的情况也就格外注意，并对他有了比较全面的了解。

状振是一个学术天分十分优秀的青年学者。他不但学风严谨，而且基础理论扎实，在河北乃至全国都是比较稀缺的影视艺术传播方面的高水平专门人才。到河北大学工作以来，他先后主持完成国家和省厅级委托项目9项，出版学术专著3部，在专业权威学术期刊《新闻与传播研究》《新闻与传播评论》《中国电视》《电视研究》《中国广播电视学刊》《中国电影市场》等发表学术论文数十篇，其中CSSCI近20篇。

由他担任首席专家完成的《中国网络电视台发展研究》和担任执行主编完成的《中国电视批评史》，分别由人民出版社和北京大学出版社出版发行，在本领域具有重要的开拓性价值。他的另一部著作《重组话语：新媒体时代的中国电视批评》，被瑞士提契诺大学（USI）英文学术通讯刊物 *CMO NEWSLETTER* 翻译推荐。

更为难能可贵的是，状振的学术研究和学术活动具有密切联系实际，主动为社会主义文化建设服务的鲜明特色。他所主持的国家社科基金项目“三网融合背景下网络电视台的建设与影响研究”、河北省委托项目“河北网络电视台的建设、发展与影响研究”等，既具有重要的理论价值，又具有广阔的应用前景。此外，他还参加了四川国际电视节、长春电影节、中国电影家协会年度表彰、国家新闻出版广电总局世界山地纪录片节、国务院新闻办公室对外传播理论研讨会等业务交流活动，曾为国家新闻出版广电总局领导起草讲话稿，表现出非凡的影视艺术专业水平和组织能力。

人才难得，后生可畏。近几年，状振先后被中共河北省委、河北省人民政府遴选为首批“河北省青年拔尖人才”、河北省宣传文化系统“四个一批”人才、河北省杰出青年人才、新世纪“三三三人才”，迅速成长为影视传播领域的后起之秀和河北省年轻的学术带头人。值其新著《中国电视文化学纲要》出版之际，我也祝愿他百尺竿头更进一步，海纳百川之秀，终成一家之言。是为序。

(吴庚振，享受国务院政府特殊津贴专家，河北大学原中文系、新闻系主任，全国新闻教育系统“韬奋园丁奖”获得者、中国新闻教育贡献人物)

目 录

序 言	1
导 论 媒体、社会与电视文化	1
一、媒体与社会文化	2
二、电视与视听时代	8
三、中国电视文化的特点	12
四、了解电视文化的必要性	14
第一章 中国电视文化的政治经济基础	17
第一节 中国电视文化产生的历史语境	17
第二节 中国电视文化的意识形态功能	20
第三节 中国电视文化的产业属性	25
第二章 中国电视文化的讲述维度	31
第一节 作为参照对象的国外电视文化	32
第二节 中国电视文化的史论分野	43
第三节 中国电视文化的讲述范式	46
第四节 新媒体时代的中国电视文化	51

第三章 中国电视文化的事业制度建设	65
第一节 中国电视制度文化的初创期	66
第二节 中国电视制度文化的转型期	69
第三节 中国电视制度文化的探索期	73
第四节 中国电视制度文化的丰富期	81
第四章 中国电视文化的节目类型建设	93
第一节 电视剧	94
第二节 电视新闻	105
第三节 电视综艺	116
第四节 电视纪录片	125
第五节 电视广告和其他类型节目	135
第六节 网络视频节目和网络电视台	147
第五章 中国电视文化的理论体系建设	151
第一节 传统文化理论的影响	151
第二节 西方文化理论的影响	163
第三节 技术和商业力量的影响	171
第六章 中国电视文化的协商机制建设	175
第一节 文化、产业与艺术的分野	176
第二节 从对抗到对话的理论生态	193
第三节 作为管制的广电规范政策	202
第七章 中国电视文化与“中国梦”建设	209
第一节 中国电视文化当前的建设语境	210

第二节 电视文化建设与“中国梦”	215
第三节 中国电视文化的未来走向	225
参考文献	237
后 记	241

导论

媒体、社会与电视文化

在“文化—环境—社会”形成的结构体系中，人既是生活在物理环境之中的灵长，也是生活在文化符号建构的意义系统之中的文明单子。文化与环境的相互作用，形成了意义系统的历史传承链条，也建构了知识谱系稳固的生产方式。但电视的出现，却将这种与原生环境相互作用的知识生产与历史延续方式进行了改写。当视听技术配合着鲜活的信息流，从荧屏上滚滚而下的时候，人们惊奇于这个机器顷刻间就完成了大千世界的建构。“上帝啊，你究竟创造了什么？”当整个社会成员对电视构建起的生活场景和文明方式习以为常的时候，电视的力量已无处不在地统驭了世界。“电视是汽车和飞机的亲戚：它是一种文化上的运输工具……像运输机械（它们是19世纪的礼物）一样，电视改变了我们对现实的态度。”^①

^① [德] 鲁道夫·爱因汉姆：《预测电视的前途》，载国际教育电影学会会刊《国际电影》1935年第2期。

一、媒体与社会文化

“电视是对我们的智慧的一次严重的新考验。”1935年德国评论家鲁道夫·爱因汉姆在电视试播出后，已敏锐觉察到了电视将对人们及社会生活带来的挑战。如所有其它新技术的产生和应用一样，科技改变的从来都不单单只是技术，社会结构、生活方式、文明观念……科技改变世界的步伐从技术起步，必然落足于文化和价值观念。对媒体和技术，如果我们掌握得当，它将使我们的生活更加丰富。反之，它将对文明的发展和文化的完善造成伤害。“到了只要用手一指就能沟通心灵的时候，嘴就变得沉默起来，写字的手会停止不动，而心智就会萎缩。”从这个意义上讲，媒体和社会间的关系，其实就是人们同科技、科技同文明之间的关系。

（一）媒体与技术

媒体起源于信息传播的需要。信息传播最初基于生存，而后基于情感，再后基于娱乐和消遣。随着社会分工的扩大和生产力的提升，时间和空间成为信息传播必须克服的问题。茹毛饮血、刀耕火种逐步向青铜器文明过渡的时候，图画、语言、文字和生产技术的进步一起，帮助人类从蛮荒时代进入到文明社会。生活空间的扩大、文明社会的发展，使社会分工条件下的信息传播和技术进步关系愈发紧密，印刷术、照相术、无线电、互联网，带给信息传播的最大好处是媒体能够跨越的空间越来越大、信息流通的速度越来越快。

“任何一种形式的传播总是随着技术变革而演变，而传播领域的技

术变革又总是会引发一系列深刻的社会变化。”^① 20世纪中叶，传播学家麦克卢汉在考察媒体和技术的关系时说，媒介是人的延伸。他站在人与人、人与物，甚至物与物之间相互感知的立场上，提出了“万物皆媒介、媒介即万物”的观点。这个论断强调了媒介的生物性和工具性，也道出了媒介作为信息传播时空通道的真理，却忽视了媒介的社会性和人作为社会关系之总和的复杂性。所以，后来的传播学者和评论家一般都把麦氏称为技术自然主义者，而批评其媒介思想和媒介历史中只有“自然”，却缺乏真正的“人民”。“他的技术自然主义强调媒介是人的生物性延伸，而不是人的社会性延伸。虽然他想通过传播媒介来追踪人类文化的发展，他的历史学却难以置信地缺乏真正的人民。”^②

这一段往事，告诉我们的一个真相是：当媒体和技术相遇，被改变的不仅仅是媒体，还有技术本身。作为媒体文化形成的起点，讨论媒体和技术间的关系，如果离开社会性这个支点，所有的结论都将变成自然主义流程的展现，而缺乏穿越社会时空的力量。这是我们在讨论媒体和社会文化时必须明确的一点。

除了上述观点，媒体和科技的联姻，还必将改变媒体内容的呈现方式和受众的接受心理。落后的科技制约媒体传播的空间，也影响媒体内容的生产效率。从原始的图画呈现、结绳记事，到烽火狼烟、驿站传书，人们对信息传播的需求与认知，始终伴随着社会分工的扩大与生产技术的进步。尤其是工业革命之后，电子传媒的兴起和视听影像技术的进步，更是前所未有地提升了现代传媒无远弗届、生动鲜活的信息表达能力。电子一体化采集设备的使用和智能终端的普及，将繁琐的影像生

① [英] 艾伦·格里菲斯：《数字电视战略：商业挑战与机遇》，罗伟兰译，中国传媒大学出版社2006年版，第1页。

② [美] 丹尼斯·杰·切特罗姆：《传播媒介与美国人的思想——从莫尔斯到麦克卢汉》，曹静生、黄艾禾译，中国广播电视出版社1991年版，第195页。

产简化为手指间的轻松划动，神秘感消失、艺术光晕退化，媒体内容的生产力和生产效率却得以极大提升。

受众的信息接受观念和美学心理，也伴随着媒体技术的进步不断调整。特别是在面对高仿真的视听内容时，这种影响就更加明显。“对于 21 世纪的影视艺术来说，技术性与艺术性的综合更加明显，现当代科技革命的重大成果将被迅速应用到影视艺术的创作和生产中来，甚至使得影视艺术的生产制作过程与接受观赏方式都发生很大变化。”^① 微屏传播与随机触发，再加上缺乏沉思的生活节奏，技术伪造出的媒介现实与真实生活间的辨识缝隙越来越多地被影像泡沫所填满。当真正的现实和荧屏上的生活横亘在人们眼前的时候，已经被影像驯化的人们可能已经不再习惯被现实的针刺痛。从技术出发，媒体与技术的联姻，最终还是落脚在了社会审美，并影响到媒介内容的制作与选择偏好。从这个意义上讲，影像现实的泛娱乐化除了经济上的成因，最根本的还是基于受众不愿被刺痛的审美心理。

（二）媒体与政治

媒体作为上层建筑，是一个社会经济基础的体现。就整个社会体系的运行来讲，媒体的运作在整体上必须保持与其所处政治环境和社会制度的吻合。对于社会主义性质的中国媒体来讲，由于其承载的社会功能与历史记忆，在阶级斗争为纲的年代还曾一度摒弃经济属性而只强调了政治宣传功能。这一方针随着改革开放的深入虽已逐渐改变，但媒体与政治间的密切联系却从未中断。

在这方面，正如胡智锋教授分析的那样，无论是从大的社会制度层面上来讲，还是从具体的生产和管理层面上来讲，政治因素的存在都

^① 彭吉象：《影视美学》，北京大学出版社 2002 年版，第 247 页。

对媒体内容的生产和传播形成了许多潜在制约。单纯的以社会效益为最大追求目标的社会制度和行政体制会对媒体本身的发展造成阻遏，但仅以刺激、好看、高票房和高收视率作为策动点，无疑也会对媒体本身的发展造成不利影响，甚至还可能引发对观众的误导。^①

对于电视艺术而言，历来的批评标准都包含了思想标准和艺术标准两个方面。“思想标准包含政治标准……一个在艺术上即使再纯熟、精湛的电视文艺节目，如果经不起政治思想标准的检验，也会大大影响自身的传播效果。”^②作为大众媒介，电视注定无法脱离它赖以生存的社会政治环境对它的规约。“所有的电视都是教育的电视，唯一的差别是它在教什么。”^③传播学者施拉姆的这句话不仅适用于电视，也适用于所有的大众媒介。

政治对媒介的规约，不仅体现在对媒体内容传播导向的框架式约束上，还体现在对具体媒体制度、采编程序的设定、监察和管理上。改革开放以来，伴随着社会各方面的变革，媒体业的改革也在不断地试水、深化和调整。从对单一政治属性的突破，到“事业单位属性、企业化管理”的推行，再到人事制度的多样化和市场化变革，媒体都在制度框架的设计上不断紧跟时代脚步，寻求与政治、经济、文化变革的同步。尽管有时候，这一心态也影响到了媒体生态环境的稳定，但总体上仍然为媒体的发展壮大和影响力提升开辟了腾挪空间。历史经验告诉我们，媒体——尤其是作为影响力巨大的电视，离不开政治的规约，但政治对媒体的约束和管理也必须建立在尊重媒体自身发展规律的基础之上。处理好二者间的关系，做好两难选择间的平衡，永远是媒体人和管理者必须直面相对的历史难题。

① 胡智锋：《影视文化论稿》，北京广播学院出版社2001年版，第61页。

② 欧阳宏生：《电视文艺学》，陕西师范大学出版总社有限公司2012年版，第158页。

③ [美] 威尔伯·施拉姆：《传播学概论》，新华出版社1984年版，第261页。

（三）媒体与经济

媒体和经济间的关系，在现代管理体制下复杂而多面。首先，作为经济社会的组成部分，媒体功能的发挥和媒体自身的发展高度依赖其所处的经济环境。现代社会中，经济环境对媒体的影响主要体现在四个方面：一是经济体制制约大众传媒媒体功能的发挥，二是经济体制影响大众传媒的制度架构和运行方式，三是经济社会的发展会推动大众传媒的迅速扩张，四是经济的繁荣稳定会为大众传媒提供雄厚的物质力量支撑。

第二，媒体也反过来对经济社会的发展产生影响。尤其是在市场经济条件下，经济信息的流通和产品销售趋势的形成，都在很大程度上依赖于媒体的报道和消费引导。对媒体而言，经济版、经济频道、经济频率、经济栏目，构成其最主要的信息内容之一。除了上述这些，媒体对经济社会的影响，还体现在对经济社会运行环境的预警与监督上。它适时反映社会舆论，校正经济发展中的偏差，为良好经济秩序的形成提供舆论镜鉴。

无论是平面媒体，还是视听媒体，接受经济社会的规约和考验，并遵循市场规律开展广告经营、人才招聘、内容流转、版权买卖，都是其再正常不过的日常经营活动。媒体的发展和壮大，也正是在日久年深的经营活动中，形成了严谨的工业化流程和明确的市场经营意识。让媒体脱离经济社会独立运行，既不符合市场规律，也不符合媒体自身运作的实际。在媒体产业化发展的过程中，处理社会效益和市场效益间的矛盾，也应因时度势、随事而制，在小步慢进中逐步形成体系完备、有法可依的监管体系。

（四）媒体与文化

大众传播学通常认为媒体具有四项功能：监督社会环境、协调社会

关系、传承文化、提供娱乐。如果从广义上理解，将文化视为“社会的(social)”，那么以上四种职能其实都可以说是媒体与文化间的关系体现，只不过它们在不同向度上的体现而已。因为在文化研究学者看来，“社会的”文化即是指“对一种特殊生活方式的描述，这种描述不仅表现艺术和学问中的某些价值和意义，而且也表现制度和日常行为中的某些意义和价值”。^①英国人类学家泰勒这样描述文化：“文化或者文明就是由作为社会成员的人所获得的、包括知识、信念、艺术、道德法则、法律、风俗以及其他能力和习惯的复杂整体。就对其可以作一般原理的研究的意义上说，在不同社会中的文化条件是一个适于对人类思想和活动法则进行研究的主题。”^②

文化是一个复杂整体，层次多元、面相立体，为此，人们为研究的方便，通常把文化划分为精神文化、物质文化、制度文化三个层面来理解。在这个结构中，如果说精神文化和物质文化表征了文化的两极，那么制度文化则“既是精神文化的产物，又是物质文化的工具”，它“一方面构成了人类行为的习惯和规范，另一方面也制约了或主导了精神文化与物质文化的变迁”。^③作为文化的教养所，媒体和学校一样，承担着育人的功能。

媒体的育人功能，一方面通过对优秀文化的传承实现，另一方面通过形成新的文化和叙事功能完成。就本质意义而言，媒体其实是一种文化上的运输工具，它不仅负责把分布在不同空间中的文化互通转送，还负责把存留在过去时间中的文化进行扬弃继承。在继承和传播文化的

① Raymond Williams, “The Analysis of Culture” in John Storey, ed., *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader*, Athens: The University of Georgia Press, 1998, p.48.

② 转引自马文·哈里斯《文化·人·自然——普通人类学导引》，顾建光、高云霞译，浙江人民出版社1992年版，第136页。

③ 曾小华：《什么是制度文化？》，载《中共杭州市委党校学报》2001年第1期。

同时，媒体由于自身的特点、所处的环境，也会慢慢形成自己的文化基因，并成长壮大为新生的文化形态，尤其是进入电子媒体时代之后，视听手段和影像技术的极大丰富和成熟更是催生出了新的媒体文化类型。以影视艺术文化为代表，媒体与社会的互动、影响与融合也进入到了更加全面、立体的时期。这一时期的媒体文化不仅影响人们的衣食住行，还深入渗透到人们的价值观层面，对一个人的成长、认知和实践方式进行塑造，潜移默化而又极难改逆。

随着信息传播技术的进步和网络平台的铺展，“移动互联时代，媒体的样态和运作方式都发生了很大的变化，但媒体的角色和功能并没有根本性变化。其功能依然主要是如下四种：环境监测、舆论监测、社会整合、文化传承。”^①这一时期，媒体的商业价值和技术发展被前所未有的放大，“但不应忘记，媒体不仅有商业的属性，同时还需承担相应的社会责任”，“媒体不仅有义务为读者定制一个他感兴趣的头条，同时也有责任全面而深入地告诉他周围世界到底在发生什么。”

二、电视与视听时代

人们普遍认为 20 世纪 60 年代发生的美国总统竞选电视辩论（1960 年 9 月）、肯尼迪遇刺（1963 年 11 月）、“阿波罗”登月（1969 年 7 月）、“越战”与“民权运动”直播，是改变电视媒体社会地位的标志性事件。这一方面缘于电视新闻人（如 CBS 晚间新闻主播沃尔特·克朗凯特）的杰出表现，另一方面也缘于电视媒体视听传播带来的强烈视觉冲击力。铺展于纸页上的信息在电视屏幕上跃变为活生生的现实，尤其是当

^① 李康乐：《媒体推送：不能为聚合而迎合》，载《人民日报》2017 年 3 月 30 日第 14 版。

枪杀、街头运动和越南战场血与火的场面呈现在人们眼前的时候，视听手段造就的高度现场还原感，让人们一下子记住了电视这个新生媒体。第一时间、第一现场、第一新闻，最快、最新、最立体，所有的文字表述和平面报道在电视媒体的生动、丰富和快捷中，都显得滞后和老态龙钟了。或许正因如此，所以苏联美学家奥夫相尼柯夫和拉祖姆内依才这样命名电视：“电视产生于20世纪初，它是通过远距离播送画面（静态的和活动的、黑白的和彩色的）以及印象配合，向观众直接地报道生活现象和艺术现象的方式之一。”^①

视听手段的进步带来了视听时代，视听时代的发展带来了视听文化。从读写时代到视听时代，人们的思维方式和生活习惯也在两种文化形态的更替杂陈中发生着改变和迁移。“视听文化使人与人通过对话平等交流的主体间性平台突破了时空的限制，并且使主体间交互的社会性和个性的共在更为丰富多样，从而为思维方式的变革提供了现实土壤。”^②

读写时代的人们认知世界的方式是“人—人”“人—物”，而视听时代则多出了一方屏幕，成为“人—屏幕界面—人”“人—屏幕界面—物”的异形传递。处于中间环节的视听屏幕在事实上消除了人们的想象空间，也近乎填平了理性思维和感性思维、抽象思维和具象思维的鸿沟。人们跨距离感知世界的方式发生了巨大变化，在传统读写时代给人印象深刻的获知信息、感知世界的“遥远”与“陌生”变得不复存在，过程感消失了，距离感消失了，而“短、平、快”则成为一种信息获知的常态。恩格斯说思维过程本身是在一定的条件中生长起来的，视

① [苏联]奥夫相尼柯夫、拉祖姆内依：《简明美学词典》，知识出版社1985年版，第154页。

② 陈科、范文涛：《论视听时代思维方式及行为方式的变革》，载《中共浙江省委党校学报》2008年第3期。