

电 影 学 书 系

T H E S E R I E S O F F I L M O L O G Y

A Study of Film ^{and} Television Culture

影 视 文 化 学

陈 默 著

北 京 广 播 学 院 出 版 社

THE SERIES OF FILMOLOGY

电 影 学 书 系

中 外 影 视 研 究 系 列 丛 书

A STUDY OF
FILM AND
TELEVISION
CULTURE

影 视
文 化 学

陈 默 著



北 京 广 播 学 院 出 版 社

BEIJING BROADCASTING INSTITUTE PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

影视文化学/陈默著. - 北京: 北京广播学院出版社, 2001.6

ISBN 7-81004-916-X

I. 影… II. 陈… III. ①电影-文化-专题研究 ②电视-文化-专题研究
IV. J90

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 028269 号

影视文化学

作 者 陈 默

责任编辑 陈友军

封面设计 宁成春

出版发行 北京广播学院出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮 编 100024

电 话 65779405 或 65779140 传 真 010-65779140

经 销 新华书店总店北京发行所

印 装 中国科学院印刷厂

开 本 730×988 毫米 1/16

印 张 14.75

字 数 230 千字

版 次 2001 年 6 月第 1 版 2001 年 6 月第 1 次印刷

印 数 1—2000

ISBN 7-81004-916-X/G·555 定 价 28.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

《中外影视研究系列丛书》总序

刘继南

《中外影视研究系列丛书》系“电影学书系”中的一种，是由北京广播学院主持编写的一套具有较高理论水平和较强现实针对性的大型丛书，涉及影视艺术的历史、理论和欣赏三个方面。

中国艺术学作为学科教育正式进入高等学府，大约始于1916年的南京。之后，又走了一条“单科独进”的道路，由美术专科到美术学院、音乐专科到音乐学院。而后起的电影学院、北京广播学院，则更是只此一家，别无分号。这对于培养创作实践人才，确实具备某种优势；但对于培养艺术学理论研究人才和学科建设人才，却由于“近亲繁殖”的局限，缺少宏阔的人文背景依托，而不尽如人意。

电影学（Filmology）作为艺术学的一个分支，其学科建设，时间也不长；至于电视艺术学作为一门独立学科，堂而皇之地进入国家正式颁布的学科建设目录，更是迟至1997年的事。有中国特色的电影学和电视艺术学的理论研究和学科建设，都远远滞后于创作实践，并严重影响着中国社会主义电影电视艺术事业的



12

健康发展，已是不争的事实。北京广播学院作为迄今为止国家批准设立唯一的广播电视艺术学博士点，理应肩负起加强有中国特色的电影学、电视艺术学理论研究和学科建设的学术使命。

一个国家、一个民族理论思维能力的高低，从一个重要方面标志着这个国家、这个民族文明水平的高低。理论来自实践，又反过来给实践以导向。覆盖面广、影响力大、渗透性强的电影电视艺术，在整个民族的精神文明建设和美育中，起着别的姊妹艺术难以替代的重要作用。电影、尤其是电视艺术，已经成为人民群众的文化“主食”。电影电视艺术理论研究对于指导创作起着举足轻重的作用。纵观世界电影历史，电影艺术的每一步发展无不依赖电影理论的指导和推动。从好莱坞叙事传统、苏俄的蒙太奇理论、先锋派美学思想、法国“新浪潮”观念到六七十年代的“新好莱坞”，电影艺术的发展繁荣都与电影艺术理论的研究密切相关。毋庸讳言，七八十年代之交，关于“电影语言现代化”的讨论对我国电影艺术的发展也起到了积极的作用。因此，加强电影电视艺术研究和学科建设，刻不容缓，至关重要。这也正是我们编纂出版《中外影视研究系列丛书》的宗旨。

他山之石，可以攻玉。西方人文科学一般以历史学、哲学、宗教学和艺术学为四大支柱。而电影电视艺术较为繁荣的西方国家，其理论研究和学科建设都相当活跃。以美国为例，就拥有完备的影视艺术高校教育体系和高质量的影视艺术研究机构（美国电影研究院、美国电视艺术协会、美国高校影视教育学会等），出版了大量的影视艺术研究书籍，发行为数不少的影视艺术理论期刊（《电影评论》、《电影文化》、《广角镜》和《电影季刊》等），还频繁召开各种影视艺术研讨会和学术报告会（如“弗拉哈迪国际电影研讨会”、哈佛大学的“电影年会”等）。所有这一切，无疑为美国电影（好莱坞和非好莱坞）的发展起到了极大的促进作用。比较而言，我国的影视艺术理论研究和学科建设却相当薄弱，对影视艺术各个领域丰富实践的探讨和研究还缺乏应有的广度和深度。我们希望这套丛书能够填补一些这方面学术研究的空白并拓展相应的理论研究空间，能够直接为我国影视艺术的发展鸣锣开道和效绵薄之力。

《中外影视研究系列丛书》力图从宏观的角度把握影视艺术的本体特性，探索影视艺术的创作规律，阐述影视艺术的视听综合功能，并将影视艺术置于社会、文化和科学技术的背景中加以比较研究，从而增强对影视艺术全面

透彻的理解和把握。其读者对象不仅是影视专业的人士，也包括热爱影视艺术的广大观众。它努力引导读者去经历影视艺术发展道路上的无限风光，去默想影视艺术睿智的本质特性，去体味影视艺术中最动人的视听综合美景。

1999 年 12 月

电影学书系

中外影视研究系列丛书

影视艺术新论 张凤铸 等著

影视艺术欣赏 高 鑫 主编

电影理论： 主 编 蒲震元 杜寒风
迈向 21 世纪 副主编 李胜利

电影批评： 主 编 蒲震元 李胜利
迈向 21 世纪 副主编 杜寒风

影视艺术比较论 宋家玲 编著

中国优秀电影 刘书亮 等著
电视剧赏析

色彩科学与影视艺术 刘恩御 著

拓展中的影像空间 苗 棣 周靖波 主编

影视文化论稿 胡智锋 著

电影现象学 周月亮 著

日本战后电影史 小笠原隆夫 著 苗 棣 等译

影视艺术纵横谈 梁 明 等著

影视文化学 陈 默 著

中外电影史论 宋南男 著

欧美新潮电影导演 李一鸣 张天若 主编

世界电影指南 '96 主 编 李一鸣
副主编 刘桂清

总 策 划：刘继南
陈景亮

出版监制：闵惠泉
阳金洲

责任编辑：陈友军

封扉设计：宁成春

电脑制作：图文天地有限公司

目 录

第一章 电视文化的阐释及功能·····	(1)
第一节 文化的阐释·····	(1)
第二节 电视文化的功能·····	(4)
第三节 电视文化、大众消费文化·····	(12)
第二章 影视文化——以观众为中心·····	(26)
第一节 解释—接受美学理论·····	(26)
第二节 对话理论·····	(36)
第三节 观众审美—接受的过程及心理驱动要素·····	(43)
第三章 现代审美心理学对影视文化的影响·····	(53)
第一节 现代审美心理学诸派别·····	(53)
第二节 格式塔心理美学·····	(66)
第三节 意识流心理时间叙述,《迷墙》的解读·····	(79)
第四章 影视的人文关怀——人的生存境况·····	(90)
第一节 人的生存境况·····	(91)
第二节 现象学与人的生存·····	(96)
第三节 纪实与真实·····	(103)

第四节 《蓝色》、《白色》、《红色》的解读·····	(107)
第五章 人类学与影视文化·····	(117)
第一节 图腾与社会结构制度·····	(118)
第二节 结构主义的人类学·····	(122)
第三节 语言学和人类学·····	(128)
第六章 后现代的影视文化·····	(138)
第一节 后现代状况：向总体性宣战·····	(138)
第二节 后现代美学特征·····	(142)
第三节 后现代的“文化逻辑”·····	(150)
第七章 数字化时代的电视·····	(161)
第一节 后现代信息时代，数字电视——“随选”的天下·····	(163)
第二节 影视业是黄金的比特产业·····	(171)
第三节 互联网络，一网打尽——电视台如何生存？·····	(177)
附 录：美学电影史·····	(185)
参考书目·····	(226)

第一章 电视文化的阐释及功能

关于文化，文化学家们众说纷纭，对文化的界定就有上百种之多，可还是没有一种对文化的界定被公认为确切的。既然文化学家们都不能给以完全的界定，人们对“文化”这一词无所顾忌的使用就是当然的了，以致于“文化”一词已泛滥成灾。因此，我们有必要在谈论电视文化之前，先明确一下什么是文化。

第一节 文化的阐释

艾略特先生曾把文化界定为“共同生活在同一地域的某个民族的生活方式。文化见诸于该民族的艺术、社会制度、风俗习惯以及宗教之中”。他还形象地指出，文化不是一架机器，而是一棵树，因此不能设计制造。“你不能制造出一棵树来，你只能栽种一棵树苗，精心加以照料，等待它届时长大成树；当它长成之时，如果你发现，一颗橡籽长成了橡树而不是榆树，对此你是不能抱怨的。”从此界定中我们发现，每一种文化都以原始的力量



从它的土壤中生长出来，每一种文化都融汇在本民族的血液里，每一种文化各有自己的观念、自己的生活、愿望和感情，还有自己的死亡。

为了能更清楚地解释什么是电视文化，让我先谈一谈德国的文化哲学家卡西尔的符号学。

卡西尔是从对人的思考出发来建构他的文化哲学的。他首先从人与动物的不同入手，来探讨人作为一个特殊物种的特征，这使他的哲学和美学具有明显的人类学倾向。他利用了一些生物学的理论。生物学发现，一切物种都有两个必不可少的环节：感受系统和效应系统。但是，人和动物有何不同呢？卡西尔认为，人类虽然也受到生物学规律的制约，但人的功能圈不但比动物的要大得多，而且有质的区别。其根源在于人在进化的历史中形成了“第三环节”——符号系统。因此，“人不仅生活在更为宽广的实在之中，而且可以说，他还生活在新实在之维中。”即是说，“人不再生活在一个单纯的物理世界之中，而是生活在一个符号宇宙之中。语言、神话、艺术和宗教是这个符号宇宙的各部分，它们是织成符号之网的不同丝线，是人类经验的交织之网。”这就是说，人的世界有双重性，一方面是物理的自然世界和社会，另一方面是一个由符号构成的世界：“他如此地使自己被包围在语言的形式、艺术的想象、神话的符号以及宗教的仪式之中，以至除非凭借这些人为媒介物的中介，他就不可能看见或认识任何东西。”在这个意义上，我们才能说，人是生活在文化之中。卡西尔因此而修改了古典的关于人的本质的定义：“所有文化形式都是符号形式。因此，我们应当把人定义为符号动物，来取代把人定义为理性的动物。只有这样，我们才能指明人的独特之处，也才能理解对人开放的新路——通向文化之路。”

这里，卡西尔实际上对亚里士多德以来关于人的本质作出了重大修正。我们知道，在亚里士多德那里，人被定义为理性的动物而有别于其他动物。理性这个人的基本属性，表明他有高级的精神和思想活动，他可以通过理性来思考和实践。理性的观念在文艺复兴以后，特别是在启蒙运动中，成为一个核心的观念。笛卡尔“我思故我在”的格言，典型地表明了对理性的确信。卡西尔却指出了一个显而易见的事实，那就是我们的理性实际上是通过一种中介符号来进行。这就意味着，离开了符号，我们的理性将不复存在。因此，人的本质并不在于他的理性能力，毋宁说在于他构造符号的能力。在这个基础上，卡西尔建构了他庞大的符号学体系。

在卡西尔的哲学中,符号(又译作象征,即 symbol)是一个涵义宽泛的概念。他认为,一切在某种形式上能为知觉揭示出意义的现象,都可以称之为符号。在他看来,任何人类文化都必然根植于某种普遍的形式原则之中,人们认识世界或交流,必须依赖于某种文化所创造的表达和理解模式,于是,符号便成为一个不可或缺的媒介。卡西尔认为,符号就是文化赖以生存的关键所在,它一方面是我们认识和构造世界的必经之途;另一方面,它又是把意义固定下来以便人们理解的前提条件。

电视作为媒体是用来传播视听觉符号的。雅各布森说道:“人类社会中最社会化、最丰富和最贴切的符号系统显然是以视觉和听觉为基础。”听觉符号在特征上与视觉符号有本质的不同。听觉是时间性的,倾向于象征;视觉是空间性的,在特征上倾向于图像。听觉符号产生口头语言、音乐;视觉空间符号则产生绘画、雕塑、建筑。而视听觉结合则产生出戏剧、歌剧、电影、电视。

既然电视媒介是用来传播视听觉符号的,那么,我们就可以将由电视传播的符号内容统称为电视文化。我认为,文化说到底就是生活方式的符号化。电视就是将人们生活中的信息加以编码,通过电子传输网络传播出去,是人类经过了口头传播、印刷传播之后,在现代科学技术发展的基础上,采用电子网络传播文化的一种方式。

在对电视文化的界定中,我们发现,电视文化与传统意义上的文化,已出现根本的转换。传统文化是在封闭的地域内民族精神的体现,并世代相传,它是民族特有的思维方式、情感方式和生活方式!而电视文化是超越了空间限制的开放系统,取消了民族之间的界限,也不具有世代相传的历史继承性,它是以各种节目信息多样杂存在电视媒体上,供人们随意选择、调换。其实,20世纪中,人类社会生活最大的改变,正是电视带来的。电视文化改变了人们的生活方式,人们不再只是通过书本、报纸、广播的传递来了解世界发生了什么,而是可以同时性地亲眼目睹到世界正在发生什么。电视促进了各民族间的相互了解和交流,使现代人的思维方式从狭小的地域封闭性走向一种开放性和多元性;当然,电视文化使现代人失去了传统的根性,它颠覆了传统文化的历史根性,让人们沉浸在当下的消遣、娱乐中。

我们通常所说的东方文化和西方文化,正是将整个人类历史文化作为两

大类型加以区分，正像阴阳太极一样。我认为，东方文化是阴性文化，注重自然感悟、体验的；而西方文化是阳性文化，它注重个体和理性的逻辑分析。但是，这种简概的东西文化的划分，并不能呈现出各民族间千差万别的文化。德国的历史哲学家斯宾格勒将人类历史文化分为八大类型：埃及文化、印度文化、中国文化、古希腊文化、巴比伦文化、阿拉伯文化、墨西哥文化，以及现代西方的欧美文化。斯宾格勒认为，任何一种文化都有其生命周期，八种文化类型的前七种古老的文化都太老了，已无情地衰落了，只有现代的欧美文化还奄奄一息，可 20 世纪我们注定要目睹整个西方文化的没落。历史的发展好像正在验证斯宾格勒的预言，我们正面临着“文化”的缺席。我们已经看到各民族的文化正在萎缩、退隐，各个独立、封闭的民族文化类型的生活方式都难以生存，随着全球化浪潮的汹涌而至，各民族从远古延续下来的文化都将消失，被信息网络一网打尽。各民族将守着一些文化遗迹的“空壳”，过着全球化了的生活。

人类历史正经历着传统文化的“断裂”，正像艾略特所说的“荒原”，在死去的土地里是否还能生长出新文化的根苗？我们必须清楚这样一个事实：文化正在经历一次历史性的大转型。从传统意义下的文化，即民族性、历史传统性、地域分割性的文化向超越了地域限制、民族分隔的开放的媒体文化的转移。传统文化是人类学意义上的，而现代的文化，更多的是媒体传播文化。现今社会正在融合成为一种与全球性的生活方式相一致的全球性媒体文化，而这一全球性的文化正是由电视、通讯、计算机互联网络等媒体的革命带来的。

第二节 电视文化的功能

人们把电视买回家，正像把一本书买回家一样。我买了电视机，电视机为我所有，电视里播放的节目也是归我占有的。在家里看电视，是我家庭生活的一部分，看电视是我的生活，正如看书是我的阅读生活一样。电视与我的生活融为一体，是没有彼此距离的。因此，我在家里消费电视文化，电视里的一些主持人、明星和观众，就像是我的朋友、伴侣、邻居一样；电视里播放的新闻、现场直播的节目，如球赛、综艺节目、娱乐游戏就像把我拉入其中，使我身临其境似的。

电视好像是一个广场，是向人人都敞开的，也让人人都参与到广场中漫步、交谈。电视文化不是封闭系统，它取消了舞台，没有演员与观众之间的审美距离，也不存在艺术与生活之间的界限。看电视，不只是眼睛看，而是参与其中的一种生活方式。

因此，电视节目大都面对观众说话，而且总是那么亲切地说话；节目里还总是设一个主持人，好像就坐在家里对面的椅子上与自己交谈。在电视里，我们度过了一个个美好的时光，无聊得以充实，紧张得以放松，将日常的琐碎、烦恼交换成愉快，将自己狭小的生活空间视界扩展到世界各地，而且还知道明天可到某超市买自己想要的东西。以上讲述的就是电视文化，它说明了电视参与大众家庭生活的基本事实，电视就是满足大众心理和文化消费需求的。这就是作为电视人时刻要牢记的简单道理。但电视人有时一忙起来，就把它给忘了或忽略了。那些观众不爱看的节目，大多是忽略了这一简单道理的直接结果。还有些电视人知道这道理，却不了解观众的需求，反而去责怪观众缺少趣味。这是因为他太爱自己了，他老是要表达自己想要的，而不愿给观众想要的。他要追求自我表现的崇高的“艺术”或是深刻的理念，他追求太多个人化的趣味而忽略了大众的趣味。

因此，我们不必抽象地讨论电视文化是什么，而有必要弄清楚电视文化有哪些功能，这些功能与观众需求之间的关系是什么。至于与观众需求不太紧密的功能，在此就不必多谈了。

一、意识形态导向及社会舆论监督功能

不可否认，电视媒介传播中都具有意识形态的导向、宣传功能。政府的主张、政策的实施都会依靠电视，电视是最具影响力的传播方式。电视理论一直就主张电视喉舌功能，它既是党和政府喉舌，也是群众的喉舌。但我们千万不要误以为“喉舌功能”就是电视的功能，它只是电视诸多功能之一。在民选政治的国家，电视还用来作为政治选举的最主要媒介。各党派的政治主张和相互争辩主要是在电视中展开。在美国，总统竞选的电视辩论是有决定性意义的。如在肯尼迪与尼克松的辩论中，本来在辩论前尼克松还占优势，可不善于电视辩论的尼克松由于表现得拘谨，这样，电视就将肯尼迪送上了宝座。至于克林顿的莱温斯基事件，通过电视传播差一点将克林顿赶

下台。近期，台湾的领导人选举，在电视上的争夺也是如火如荼。丑闻在电视上频频曝光。电视成为人们政治生活的主要舞台。

电视还具有社会舆论监督功能。电视传播处于社会文化与社会舆论的中心，是舆论形成的重要媒体。舆论需要借助电视媒介表现自身，显示威力，电视媒体则把舆论当作反映对象，引导社会思潮，通过对客观事物有选择的报道，经过长期潜移默化的影响，在观众心中形成一种辨别是非的舆论标准：通过新闻评论，对社会上的热点进行深刻剖析，引导一种舆论态度；通过对社会敏感问题的多角度报道，反映大众的舆论呼声；利用深度报道，利用电视的手段，向社会推出新思维、新观念、新道德，从而推动社会的思想舆论。

二、参与交流－对话功能

交流－对话功能是电视文化的最基本的功能，电视的其它功能或许都包括在它里面或是指向这一功能。鉴于它是基本，有必要多谈一些，让我们上升到哲学和美学的意义上来讨论它。

交流－对话是人类生存活动最基本的需求，每一个电视节目都要清楚与观众交流什么，什么是观众最关心的话题，对话的方式、态度，通过交流、对话，沟通观念、感情要达到怎样的效果。在这里，我们通过人类学的角度来观照一下，这一交流－对话功能在发生学上的意义。

文化、艺术和节庆的关系，是一个传统的命题，因为文化从发生学上说起源于原始宗教仪式。节庆概念意在揭示普遍交流概念的回归。所有的文化、艺术活动都具有节庆特征，节庆有三个最突出的特征：第一，节庆是一种节日或庆典，是广大民众集合在一起的一种仪式，所以，节庆的本质在于交流沟通，在于人们聚集在一起集体体验的共享状态。现代社会的分工和文化差异导致人们之间的分化和远离，但节庆正是对这种存在状况的反拨，节庆使人们不再彼此分离，而是聚集在一起，享受一种群体体验。这正是球迷为何如此痴迷的原因，球迷已经将足球作为宗教仪式了！球迷聚集起来狂欢，以达到群体的体验。其实，“球迷”的心态与“电视迷”的心理驱动是同样的，比如，近来湖南卫视的《快乐大本营》、北京有线台的《欢乐总动

员》、凤凰卫视的《非常男女》等娱乐节目火爆登场，的确是让电视观众参与到一种现代方式的节庆狂欢中，节目里台上台下气氛浓烈，电视观众都被拉入到节目中去了。

节庆是一种有目的、有意图的活动，人们正是为了某个目的才聚集在一起的。这个目的就是打破个人偏狭的生活和经验，进入一个广阔的群体体验之中。中国的戏剧就最具有节庆特征。起源于崇拜仪式、舞蹈和典礼的希腊悲剧，从诞生之日起，就带有将观众和演员融为一体的特征。

节庆的公共性和群体性，也是对文化、艺术所作的深刻规定，电视文化是大众文化，电视文化将越来越走向平民化，人人都享有这种话语权，主动参与、平等交流、对话就是电视文化最核心的精神。

电视文化已经从过去那种特定的“文化圈层”中扩张出来，进入了人们的日常生活，成为了消费品。现在雅俗文化的界限已经取消，以电视文化为主流的大众媒体文化高歌猛进，一切都和商品化联系在一起，因为这时的文化完全是社会消费的一部分。现在，大众传播学研究中，命名用与满足模式是很有影响的。这个模式研究的中心，在于为达到满足和需求而对媒介内容的使用。受众的行为，很大程度上由个人的需求和兴趣来加以解释。个人需求构成了模式的起点。人是一种具有语言的生物。语言是我们人类存在的基本活动模式。语言与人的存在不可分离，既使我们不开口说话，可我们的话仍存在于我们的情绪、情感、行为里。人领悟着世界，体验自身的存在，并与他人共处在世界之中。那么，人的语言活动就是交流活动。电视文化作为大众传播文化，就是在现在高科技的基础上以电子信息的传播作为与大众交流的方式，而且是以视听语言直接深入到亿万观众家里的面对面的交流。电视是一个可看、可听、似乎还可触的交流媒介。大众传播就意味着与大众交流，只要我们参与交流，我们就共享这个世界。而作为每一个孤独的人，最渴望的就是交流，通过交流来确认自己在世界中的存在。对于现代社会分隔的人群，电视是最合适的交流对。难怪在世界各国中，人们平均每天要花5-6小时观看电视。

语言不是私人性的独白。语言是一种对话，是一种问答关系。把语言活动视为一种对话关系，这是本世纪西方哲学和美学“语言学转向”的一个重要的发现。海德格尔认为，语言过程实际上是由“听一说”关系构成的；巴赫金强调对话主义的思想，他甚至认为一切思想的存在，都有赖于不同主体