

● 文化艺术出版社 ●

电视文化学

田本相著



· 电视文化丛书 ·

电 视 文 化 学

田本相 著

文化艺术出版社

责任编辑 博 攷

电 视 文 化 学

田本相 著

·
文化艺术出版社出版发行

(北京前海西街17号)

新华书店北京发行所经销

怀柔县东茶坞印刷厂印刷

·
开本 850×1168 毫米 1/32 印张 7.75 字数 183,000 插页2

1990年5月北京第1版 1990年5月北京第1次印刷

印数 0,001—1,700册

ISBN 7-5039-0460-7/G·58

定价：3.70元

电视文化丛书序

八十年代，中国电视经过将近二十年的艰难曲折，突然跨进了一个迅猛发展的历史阶段。据统计，目前全国已拥有电视机上亿架，观众六亿，可以说是名符其实的电视大国了。

一个具有最广泛群众影响的电视文化而没有自己的理论，那将是十分危险的。而恰恰在这方面，我们的建设是最薄弱、也是最迫切需要弥补的。中国的电视文化呼唤着自己的电视理论。

电视文化，作为一个新兴的学科，有许多值得探讨和研究的课题，有大量的基础理论工作需要从头做起，它需要更多的有志者投身到这个具有广阔发展前景的学科研究中来。出版这一套丛书，是期望对这一学科的建设起到一些推动作用。因此，特别希望这套丛书能够多出版一些研究的专著。但鉴于目前的发展水平，不能提出更高的要求，宁愿把它的范围定得更宽些，更切实些。所以，丛书既欢迎具有学术性的专门著述，也欢迎面向一般电视从业人员、面向观众的普及性的读物。既收纳具有参考价值的国外电视理论的译作，也出版优秀的电视作品以及对它的评论和研究。

在目前出版事业正处于众人皆知的困难处境下，文化艺术出版社以对中国文化事业的高度责任感和对电视文化发展的远见卓识，大力支持丛书的出版，我是十分感谢的，并深为感动。

我希望这套丛书能为中国电视文化的理论建设作些扎扎实实

的工作，我更希望广大的电视理论工作者以及有志于此的高等院校、研究部门的朋友能给予大力协助。

田本相

1988年7月30日

前 言

电视文化 (Video Culture) 这一词语早就在西方流行起来, 无论是传播学家、社会学家都在沿用这一概念。但在我国, 这一词语却是在最近三、四年间才逐渐为人们接受并开始使用的。一个新的词语的流行, 不单具有语言学的意义, 还可能意味着观念的变化。“电视文化”这一词语的流行, 对电视学来说, 就意味着观念的更新演变。而观念的变革又必然会反作用于实践。

现在, 我们把电视文化提出来, 不仅是作为一个概念、一种观念, 而且是作为一个新的学科来加以讨论和研究的。因此, 就冒昧地把本书称为《电视文化学》了。

也许, 有人会说, 眼下什么都可以称为“××学”, 这种风气岂不是对学术研究的亵渎? 这种意见是值得严肃考虑的。其实, 最初我也没有想到要写一部《电视文化学》, 特别是对我这个电视的局外人来说, 尤其是这样的。开始, 是八十年代初期的电视文化现象引起我的注意和兴趣。由于电视的突然崛起腾飞, 它给一些艺术部门带来巨大的冲击。首先是电影, 这个在我国最拥有观众的艺术品种, 在电视的冲击下, 市场呈现萎缩的景象。紧接着便是话剧、戏曲等, 从而出现了所谓电影危机、话剧危机、戏曲危机。虽然, 导致危机的因素是多样的、复杂的, 但是电视的冲击却是重要原因。我把这些称之为电视冲击波所引起的电视文化现象。对这种现象, 文学艺术界的一些人士起初未免感到惶惑不安, 甚至有些愤慨。但是, 如何解释这些现象呢? 它是暂时的、偶然的? 还是有它的必然性呢? 对它又该作出如何的评价呢? 这

些，同样困惑着我。于是萌发出要给予解释和理论回答的愿望。

岂止是对于艺术系统的冲击呢？电视在社会生活中也激起巨大的反响，产生了一些前所未见的文化现象，它同样是令人瞩目的。让人惊愕的是：一个小小的“魔盒”，竟然如此牵动着亿万观众的心。一部《姿三四郎》引起一场轰动，一部《霍元甲》掀起一阵热潮。据记载，为了看这些连续剧，有的城市竟然“万人空巷”，连晚间的犯罪率都有所下降。一台成功的春节晚会，能使亿万观众守在电视机前，形成万民共乐的节日气氛。可是，一台不成功的春节晚会，却又遭到观众无尽的指责。后来发生的“迪斯科热”、“足球热”、“通俗文学热”、“《新星》热”……等等，无不与电视有关。可以说，电视文化为整个社会的生活带来了一个动力性极强的文化因素。这一切都迫使人们对它不能不刮目相看了。正是在静观默察这些令人眼花缭乱的电视文化现象之中，我逐步地意识到，一个新的学科正在酝酿诞生，这就是电视文化学。

随着深入电视文化的殿堂之中，我发现环绕着电视已形成了一个辐射圈，电视牵动着社会文化的各个领域，也牵动着有关的学科。单是运用传统的新闻学、文艺学等都不足以解释电视文化的现象，时代呼唤着一个新的学科产生。这本小书，就是带着对电视文化的种种联想以及对这个新的学科的憧憬而写出来的。我深深感到驾驭这样一个庞然大物有些力不从心，甚至难以把它构筑成为一个完整的学科体系。但万事总有个开头，既然确信它的未来，那么，就大胆地写出来，作为对一部更完善的电视文化学的呼唤吧！

我所以写这部书，同时也是基于这样的认识和理解：电视文化事业是一个伟大而影响广泛深远的事业，它承担着提高全民族文化水平和文化素质的历史使命，在整个社会主义文化发展中具有举足轻重的战略地位。不可能设想，这样一个伟大的事业能够

长期处于缺乏自己的理论的状态之中。如果说学术理论是社会的大脑和眼睛，那么，电视的理论则是电视文化事业的神经中枢。电视没有自己的理论，就不可能维持其自身的发展，更谈不上向事业的深度和广度进军，甚至会迷惑自身的发展方向，导致始料不及的后果。在我看来，探索电视文化理论的意义是十分重大的，它不仅具有学术的价值，而且有着迫切的现实价值和深远的历史意义。不仅对于电视从业人员具有意义，而且对从事其他文化艺术工作的人员也是具有参考价值。

电视文化学的研究对象，是相当广泛的。单是就电视而研究电视已经不够了，单是把发展电视看成仅仅是“电视台”的事业已不符合实际的情况了。电视文化需要在更广阔的视野中加以审视，即把它纳入文化发展的历史、文化艺术的系统以及社会的系统中加以考察。因此，本书首先把电视文化的历史成因、电视文化的特性，电视文化的功能等作为重要的课题提出来加以讨论。其次，探讨电视文化同其他文化部门之间的关系，即研究电视同传播文化系统诸如报刊、广播的关系；电视同电影、戏剧、文学等方面的相互影响及其深层的联系。在文化大系统中揭示电视文化的发展和运动，揭示它的地位和作用。其三，在社会系统中研究电视文化，即研究电视和政治、电视和教育、电视文化和社会闲暇时间、电视与观众的关系。其四，专门讨论电视弊端问题。电视的负功能已成为一个世界性的课题，如何防止电视文化的异化，如何建立和发展具有中国特色的电视文化，是必须加以思考的。为此，本书对于电视文化的结构提出若干设想。最后，本书特别探讨了电视对人类思维的影响问题，也许把这个问题提出来未免为时过早，但也是应当给予关注的。

本书所讨论的课题，并非全系纸上谈兵，其提出是基于电视文化的发展实际的。由于电视等现代视觉技术的发展和普及，已使整个社会文化结构发生了重大的变动，电视文化向原有的各种

传播媒介和各种艺术部门发出了挑战。如果我们对此有较深入的理论研究，就可以清醒地面对这种重大的变动，理解它，认识它，从而采取相应的对策，而不致陷于恐慌和焦虑。有了科学的理论指导，就可以揭示事物的发展规律并因势利导，作出既有利于电视发展，又有利于其他文化艺术部门发展的决策。因此，电视文化的理论，是从社会文化的整体发展来考虑问题的。

在电视普及的条件下，对原有的传播系统以及其他艺术部类也有一个重新估价和认识其地位以及探求其发展道路和前途的问题。在这方面，作为社会主义的电视文化的理论建设，就应当研究如何避免电视的“冲击”，使电视文化同其他文化部类得到共生共长，相互补充，相互促进，相互渗透，而不是以邻为壑，相互排斥。实际上，凭借电视的强大影响，可以给其他文化部类以助力，使之在新的历史条件下得到健康发展。电视文化是一种社会文化，它带有强烈的综合性，节目多样化是它的优点。俗话说，“唇亡则齿寒”，如果电视把其他挤垮，最后，势必会削弱电视文化的丰富性，最终影响到自身的发展。正如自然界的“生态平衡”一样，文化的生态环境也需要平衡。电视的出现打破了原有的平衡，那么，就需要在更高的水平上恢复其平衡的生态。因此，对电视文化的研究，必须具有一种系统的结构观念。

可以说，我们刚刚步入了一个电视社会，迎来了一个电视的时代。电视对整个社会文化、对社会生活的各个领域带来的影响，我们虽然已有所感触，但还来不及地加以深入研究，甚至还不能适应它。电视文化的理论，就在于使电视文化的观念普及开来，特别是使从事文化工作的人都能意识到这一新的历史事实。如有的文化工作者，长期以来只懂得为报刊写作，即用语言媒介进行著书立说，把自己的思想化为铅字，形成了传统文人的工作方式。面对电视传媒时代的到来，由于历史的因循和客观条件，我们的文学家、哲学家、经济学家，甚至政治家等等，还不善于运用这

个强大的传媒，甚至对它抱着一种轻视的态度。因此，电视文化的理论也在呼唤着知识界的电视文化意识，即如何运用电视传媒传播思想的著作意识和创作意识。一旦电视文化的观念为广大文化工作者所接受，不但会使电视的面貌改观，也将会对整个文化事业产生不可估量的影响。电视文化的理论将会解放文化的生产力，创造出电视文化的宏伟奇观。

在研究方法上，考虑到电视文化学还处在初创阶段，没有可资参照的前例，也只能摸索试验。不过有一点是明确的，全然按照传统的新闻学或者传播学的格局是行不通的。本书基本采取了多维研究方法(multi—dimensional—approach)。许多社会学科研究的事实表明，这种研究方法是有着它的合理性和优越性的。多学科的交叉可以突破原有的学科疆界和局限，从而促进新学科的诞生。此外，采取这一方法也是同研究对象有关。任何科学研究的方法都是研究对象的适应手段，电视文化，作为一种社会文化，它必然涉及有关的学科，诸如文化学、传播学、社会学、电影学、戏剧学、政治学、教育学、美学、思维科学等诸多领域。譬如现代政治学对电视的兴趣就是十分强烈的，而社会学更把电视文化引向自己的范围。所以，把这些纳入电视文化学的视野也就不奇怪了。

此外，本书在研究方法上更多地运用了客观的定性分析方法，一方面是因为从理论上的思考，比较容易切入研究的课题；一方面也因为存在着实际的困难，如果要做定量的分析研究，那就需要进行充分而大量的社会调查研究，而这方面是经费和能力所不能达到的。但我确信，随着电视文化学研究的深入的开展，必然会把定量的研究提到日程上来，当然它需要不断的积累。

在本书写作中，虽不敢存有过高的奢望，但也有些追求。

一是把描述现象同提出问题结合起来。我是把这本书作为电视文化描述的书来写的。首先对一些突出的电视文化现象，特别

是对八十年代以来中国电视腾飞崛起之后所产生的电视文化现象，给予必要的描述，以期引起诸方关注的兴趣。尽管在搜寻资料中遇到不少困难，但只要认为是重要的电视文化现象，无论是中国的、外国的，都尽可能加以粗线条的勾勒和描述。在我看来，这些电视文化现象，不单是电视界所应了解的，而且也应引起整个文化艺术界的重视，这样，可为人们进一步思索和研究问题提供若干线索。现象是研究入门的向导。也许此书还不能揭示这些现象的本质内涵，但把它提供出来，对促进电视文化学的研究是十分必要的。

在描述现象的同时，把问题提出来，作些粗浅的讨论。目前；还不可能建构起一个完整的电视文化学的体系，形成一套完整的理论框架和模式，并提炼出为理论体系所必需的理论观念和概念。所以，就采取把问题尽可能提出来的方式。所提的问题有些是我国电视研究中还未曾探讨过的新的课题；有些则是国外学者提出的老课题，但仍需加以追索。这样做，也是为了引起研究者的兴趣。我以为，有些课题有可能形成电视文化学的分支，足以写出有关专著。在电视文化学的领域中，许多是未曾开垦过的“生荒地”，它会吸引人们在这个新兴的领域进行辛勤的耕耘。

二是立足中国的国情，并参照西方电视发展中的经验教训。不同民族、不同国家的电视文化，是既有共性又有个性的。不同国家、地区的电视文化的面貌，是因其政治、经济、文化的历史和现实条件的不同而有所区别的。电视文化学既应当研究电视文化的共性方面，更应充分考虑不同电视文化的发展个性。我们研究电视文化学的目的，仍希望对中国电视的发展有所助益，因此，就应把建立具有中国特色的电视文化学作为目标。这样，充分考虑到中国的国情和中国电视文化发展的实际就显得十分必要了。本书对此作了些努力，但仍然是不够的。同时，也不应该忽视对国外电视发展经验教训的借鉴和参照，而比较参照的目的，

仍在于探讨中国电视文化的发展道路。

目前，我们正面临着一个伟大的变革时代。一切都在变革，不仅是政治、经济的变革，而且文化也在变革。而我们所面临的竞争，同样是政治的、经济的、文化的全面竞争。在某种意义上说，文化上的竞争是更为深刻的竞争。文化的进步是具有更深层动力源泉的进步，电视文化的发展在整个社会的进步中具有重要的战略地位。处于变革竞争时代的电视也需要变革，其变革内容，必须使电视成为文化的电视，成为社会主义文化的电视，只有这样，才能创造出无愧于时代的电视文化，这正是我们所期待的。

本书无论在写作之前，抑或写作之中、写作之后，我始终有一种忐忑不安的心情，因为我毕竟是电视界的局外人，最多只能说是一个热心的电视观众，但这里却有真诚、有期待、有祝愿、有憧憬。希冀读者谅解之心固然有之，但更多的却盼望着批评指正，倘能因此而引起讨论，那就更为心满意足了。

内 容 提 要

近年来，我国电视事业的发展迅猛异常。在各种传播媒介中，电视以其信息的丰富多采日益受到社会的广泛关注。电视文化是伴随电视的产生和发展逐步兴起的一种新的文化形态，它包罗万象，与社会的政治、经济、教育等关系密切，与电影、戏剧、文学等诸多艺术形式也相互影响，有着千丝万缕的联系。同时，电视的发展也带来某些弊端，如何扬长避短，让电视更好地为社会服务，是摆在有关研究者面前的重要课题。这本《电视文化学》针对上述问题作了理论上的探讨。

目 录

前 言	(1)
第一章 电视文化的来源和特性	(1)
电视文化的概念	(2)
电视文化的历史成因	(6)
电视文化的特性	(9)
第二章 电视文化的功能和影响	(15)
传播的功能	(15)
电视文化的功能	(19)
电视文化的影响	(24)
第三章 电视审美文化	(28)
电视的审美元素	(29)
实用性和审美性的结合	(33)
电视的社会审美特征	(38)
第四章 电视与电影	(43)
历史、现状和趋势	(43)
两条路线	(46)
深层影响	(49)
第五章 电视与戏剧	(54)
戏剧面临挑战	(54)
戏剧是不可替代的	(57)
戏剧的出路	(63)
第六章 电视与文学	(70)

电视——文学传播的新媒介·····	(71)
电视对文学的直接影响和渗透·····	(75)
文学——电视艺术信息的资源·····	(77)
电视与文学的联姻·····	(80)
第七章 电视与大众传播系统·····	(84)
植物群落式的传播文化结构·····	(84)
报纸、广播的内在文化优势·····	(87)
大众传播体系的建构原则·····	(95)
第八章 电视与现代教育·····	(98)
电视是一座学校·····	(98)
教育面临的新课题·····	(104)
第九章 电视与政治·····	(110)
电视与政治文化·····	(111)
电视与政治信息交流·····	(114)
电视与政治领导人物·····	(118)
第十章 电视与人类思维、生活方式·····	(124)
电视对人类思维影响的可能与预测·····	(124)
电视是怎样影响人类思维的·····	(127)
电视对人类生活方式的影响·····	(131)
第十一章 电视与社会闲暇时间·····	(134)
关于社会闲暇时间·····	(134)
契合对应和动态匹配·····	(142)
第十二章 电视与观众·····	(147)
在广泛群众性的背后·····	(147)
调动观众的参与意识·····	(151)
观众的调查研究·····	(154)
第十三章 电视弊端论·····	(159)
弊端种种·····	(159)

对弊端的辨析·····	(167)
第十四章 电视文化的结构·····	(174)
可控性的概念·····	(174)
传播权威和传播民主·····	(177)
双重电视文化结构的构想·····	(181)
附 录:	
重视电视理论建设·创立具有中国特色的电视学·····	(189)
电视剧美学随想·····	(200)
《话说运河》:对文化的追求·····	(213)
突破与启示——观《让历史告诉未来》随想·····	(222)
关于开设电视文化学的三条建议·····	(224)
谈电视节目主持人·····	(226)
后 记·····	(231)

第一章 电视文化的来源和特性

电视是二十世纪最引人注目的科技成果之一，而且已经成为当代社会中最重要的大众传播工具。在数十年的历史中，其发展速度迅猛异常，规模宏大，遍及世界。在各个国家，它的发展都给整个社会带来重大而深刻的影响，并且对文化系统中的其他部门带来巨大的冲击和震动。当然也带来种种麻烦和困扰。

初创于1958年的中国电视，进入八十年代，在经历着将近二十年的艰难曲折之后，突然跨进一个迅猛发展的历史阶段。我国的电视工业发展速度惊人。据新华社消息：我国已经成为世界上最大的黑白电视生产国，彩电产量也跃居世界第三位。我国城乡电视机拥有量突破1亿大关，达11200万台。在农村，百户电视机拥有量已超过19台，城镇居民家庭的电视机拥有量超过83%^①。截止1987年底，全国的电视台已由1983年的52座发展到292座，电视人口覆盖率增长到70%^②。又据《中国广播影视》披露的“首次全国电视抽样调查”的数据：“1958—1959年时，我国只有几千名电视观众，电视的影响还不及两场电影。到了1978年，电视观众达到了7840万。从1978年到1986年，平均每年增加6300多万新观众。到1987年7月，我国已拥有6亿观众，近1.2亿架电视机，成为世界上拥有观众最多，电视市场最大的国家之一。”^③电视的迅猛发展给我国的政治、经济、教育文化领域所带来的影

① 1988年1月18日《人民日报》。

② 《我国广播电视事业呈现五大发展趋势》，1987年12月5日《光明日报》。

③ 1988年第3期《中国广播影视》。