

中国 电视剧 叙事 文化研究

杨静 著



云南大学出版社

中国
电视剧
叙事
文化研究

杨静 著

云南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国电视剧叙事文化研究/杨静著. —昆明: 云南
大学出版社, 2005
ISBN 7 - 81068 - 999 - 1

I. 中... II. 杨... III. 电视剧 - 电视影片评论 -
中国 IV. J905.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 075758 号

中国电视剧叙事文化研究

杨 静 著

责任编辑	冯 峨
责任校对	张秀芬 何传玉
封面设计	张严翔
出版发行	云南大学出版社
印 装	云南国浩印刷有限公司
开 本	850 × 1168 毫米 1/32
印 张	5.75
字 数	150 千
版 次	2005 年 7 月第 1 版
印 次	2005 年 7 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7 - 81068 - 999 - 1/J · 47
定 价	20.00 元

社 址: 云南省昆明市翠湖北路 2 号
云南大学英华园 (邮编: 650091)

发行电话: (0871) 5031071

网 址: <http://www.ynup.com> E-mail: market@ynup.com

序

施荣华

认识杨静是在她作的一次关于动画的讲座上，记忆里烙印着她关于艺术的灵悟，这是一个灵气的女子。

谈到她的这本小书的时候，她告诉我，并没有野心要做大的学问，只是想以一个主体的女人的身份感悟生活和艺术，选择电视剧来表达，只是因为看到戏里的人看戏的时候，总会在恍惚间生出“人生如戏？戏梦人生？”的迷惘。那戏里的人，一如自己，一出场，戏就已经定了，你要做的只是随着锣鼓和音乐的催促演下去。天地间如此微妙的人，无论你有怎样的胸志和心气，终难逃冥冥之中神秘命运的掌控，难逃那个宿命的结局。于是便感动到身心颤栗。

不知道这是一种什么样的感动，但这无疑关乎叙事，而这叙事又非企图容括一切文本的结构主义叙事学所能阐释。事实上，这里引发感动的，恰是结构主义叙事学撇开的历史积淀在民族心理的叙事文化因素，这一文化因素进入现代化的电视剧文本所产生的蜕变，恰好表征着整体的民族文化在全球化、现代化面前的迅速裂变。作者以其对生活和艺术的灵悟，从电视剧中廓出了一叶清晰的脉络，企图阐释中国叙事审美文化的流变。对如此纷繁复杂的情景进行理性的清理殊非易事，何况作者所长在于她感性的灵悟。加之篇幅的局限，理论陈述在严整思路稍有勉强之嫌。

难得的是常在阅读中碰上她灵性思想的火花，书中对电视剧

文本的精妙感析、对电视剧中预言叙事文化源流的考察、对中国人迷恋电视剧的审美文化心理的探究，常常令你眼前一亮，不由得会心微笑。这又非严谨的理性所能达成。

由是而欣然为之序。

2005年6月
于云南师大艺术学院

前 言

加入 WTO，使中国社会全面融入世界秩序。好莱坞电影在中国影院的放映，已经与全球同步，并已在某种程度上成为了“好”电影的标准，在对民族电影工业造成巨大冲击的同时，影响着民族文化的认同和延续。全球化使我们面临着强势文化霸权主义的挑战。对此，费孝通先生从“和而不同”的观点出发，倡导“文化自觉”，提出了对每一种文化都采取存其精华、去其糟粕的选择态度，梳理和理解人类文化，使得各种文化以充分的自觉性来认识自己，根据其对新环境的适应力决定取舍。同时，也理解所接触的文化，取其精华，吸收融会。强调各民族文化在适应新环境的过程中选择上的自主性，在适应全球一体化的同时，能保持文化的独立性和多样性。

电视剧较之电影，受到海外剧的冲击要小。电视剧在视听语言的表现力和影响力上都不具典范性，叙事成为建构电视剧艺术的核心力量。

本书试图以文化自觉的态度和文化批评的方法，从不同文化模式是人类多样化的智慧所选择的结果这样一个观念出发，在梳理中国传统叙事审美文化独特的风格和智慧的同时，考察中国叙事审美文化传统赋予电视剧独立的艺术精神和文化品质，正确理解在全球化经济文化环境下，中国电视剧叙事在适应文化产业化的发展进程中，对全球化叙事模式，尤其是美国电视剧标准化、产业化叙事类型模式的借鉴。

全书共分为六章：1. 全球化与影视文化传播；2. 全球化语境中的中国影视文化自觉；3. 民族叙事审美文化传统对中国电视剧的影响；4. 制约电视剧叙事的文化联合机制；5. 中国电视剧的叙事的类型化及其民族化；6. 中国电视剧民族化、类型化叙事范本的文化批评六个方面展开论述。并从中华文化独具特色的生活模式、文化观念、审美传统和艺术精神出发，提出三个创新观点：第一，电视剧是当代中国社会最有影响力的叙事艺术形式之一。第二，电视剧最集中地体现着中国叙事审美文化传统的现实文化意义，是有效传播中华文化，维护中华民族独特的审美文化传统和艺术品质，保持民族审美趣味和艺术精神的独立性，形成世界文化多元性和多样性的重要文化文本。第三，电视剧是中国影视文化抗拒“文化帝国主义”，抗拒好莱坞垄断国际影视文化市场，保住中国这块被西方称为影视竞争“最后的疆场”最具优势的文化产品。

本书同时论及，电视剧作为电子时代全球共有的一种叙事形式，在体现着其作为大众消费的类型化叙事文化产品的现实意义的同时，延续着各民族独特的叙事审美文化传统和艺术精神。正是中华民族传统叙事文化对历史、现实社会人生和艺术的独特关注，载道、适俗、导愚的传统叙事文化观念，浩瀚的历史、小说、戏曲典籍拓展的叙事策略和叙事智慧，使中国电视剧叙事在商业化市场化进程中形成民族化“类型”的同时，获得了独立的文化品格和艺术精神，成为“全球化”语境中理想的民族叙事文化文本。

电视剧作为全球化时代理想的民族叙事文本，随着创作成熟和生产规模的扩大，在类型化进程中，为满足观众多元化消费欲望而广泛采取类型混杂和折中主义的解构性叙事策略，使电视剧日益倾向于以复杂的多重情节线索、多重背景参数的叙事结构、复杂深刻的人物性格来展现真实人性和文化构成的复杂性与丰富

性。这就使得电视剧方能够从从容地兼收并蓄当代多元生活方式、思维方式和价值观念时，将其对优秀文化与鄙陋文化、美好人性与丑陋人性的态度立场都隐含于叙事中，并与之水乳交融为逼近生活原生态的艺术形象，成为具有多元解读性的渗透了歧义的叙事文本。这就使得电视剧叙事的文化批评显得格外重要和必要，通过文化批评来强调那些先进的、被淡化为当代人的一种常识融于叙事的当代人文意识，帮助人们发现并理解被电视剧叙事流程所蕴涵的对鄙陋文化的批判意义，成为电视剧体现干预现实、感悟人生、提升人格的艺术使命的必要环节。

本书力图在一个纵横交错、深远开放的文化视野中，梳理当代中国电视剧在消费时代的文化意义，深刻认识在全球化背景中，电视剧对于维护中华民族独特的审美文化艺术品质和保持文化趣味和艺术精神的多元性与独立性所具有的重要意义和价值以及电视剧作为文化产业，在类型化、标准化、规模化的生产上所作的努力及其在好莱坞商业电影和电视的压力下，在“文化帝国主义”垄断的国际影视文化市场上，为中国影视文化争得一席之地，为争取民族影视经济文化利益所具有的超越艺术审美价值的文化意义。

目 录

序	施荣华 (1)
前 言	(1)
 第一章 全球化与影视文化	(1)
一、全球化与文化自觉	(1)
二、媒体全球化与文化帝国主义	(5)
 第二章 全球化语境中中国影视的文化自觉	(19)
一、一代有一代艺术：艺术的传承与发展	(19)
二、电视剧，中华叙事审美文化圆融变通的生命力	(46)
 第三章 民族叙事审美文化传统对中国电视剧的影响	(53)
一、中华民族叙事审美文化的发展	(53)
二、中国叙事审美文化传统与电视剧在当代社会的 文化价值意义	(91)
 第四章 制约电视剧叙事的文化联合机制	(96)
一、大众商业文化逻辑对电视剧传统叙事文化机制 的渗透	(96)

二、类型混杂与折中主义的解构性叙事策略与 电视剧的文化批评	(104)
第五章 中国电视剧叙事的类型化及其民族化	(110)
一、电视剧制作的产业化与叙事类型化	(110)
二、结构主义叙事学与电视剧叙事类型	(114)
三、电视剧的艺术创新与类型突破的风险	(122)
四、美国电视剧类型化操作模式及其影响	(127)
五、中国叙事文化传统对电视剧类型化的影响与 电视剧类型的民族化特征	(132)
第六章 中国电视剧民族化类型叙事范本的文化解析	(144)
一、《大宅门》对民族叙事传统的扬弃	(146)
二、历史电视剧《太平天国》与民族历史叙事传统	(151)
参考文献	(166)
后 记	(169)

第一章 全球化与影视文化

一、全球化与文化自觉

在《共产党宣言》中，马克思和恩格斯预见全球化的可能性，他们指出，资本主义的根本特征就是资本的无止境的扩张。资产阶级由于开拓了世界市场，把生产和消费日益变成全球性的，为了达到经济上的目的，到处传播资产阶级的政治思想和价值观念，把各民族的精神产品变成世界性的人文“科学”。这样，资产阶级就按照自己的模样为自己开辟了一个新世界。

19 世纪末帝国主义的殖民扩张，使资本主义工业化或现代化成为世界各国发展的共同道路，“统一的工业社会”为资本的全球流通创造了条件，跨国资本、跨国企业纷纷出现。20 世纪，媒介工业迅速发展，信息社会的到来，彻底摧毁了先前的空间和时间障碍，使生产、交换、消费和分配等各种公司迅猛增加，使经济发展日益趋向自由化。资本的自由流动，信息的自由传播，刺激了空前规模的文化产业的发展和文化商品的交流，使传统意义上的文化传承失去了固定的空间，国家民族文化的界限越来越模糊，电视和因特网的联系使世界日益成为“地球村”。经济的全球化，伴生着政治和文化的全球化。

全球化创造了世界性的经济、政治和文化广泛交流的空间，使人类创造了超出以往任何时代的财富，使世界各国之间的相互

交往和相互影响日益加强,使所有国家和民族利益普遍相关,并使国际合作与协调、对话与协商成为所有国家与民族发展的基础与前提,国际性的政治、经济、文化、环境保护等合作组织日渐增多,人类共同的生存空间、共同的利益、共同的价值观念逐渐显现。

然而,“新的全球化并没有取消民族国家的存在”^①,民族文化的差异与对抗依然存在,发达国家与发展中国家之间、发达国家之间、发展中国家之间,尤其是发达国家与发展中国家之间的矛盾与冲突依然存在。以“自由市场,公平竞争”为基础建立的世界体系(worldsystem),由于各个国家政治、经济发展事实上的不平等而形成了不公平的全球格局,美国、欧盟和日本作为“核心国家”在当前的政治经济和文化格局中占有显而易见的优势,全球化成为以强势国家的政治和文化优势为主导力量,各国为了自身的国家利益而参与的建立国际政治经济新秩序的斗争,发达的资本主义国家作为全球化的中心,拥有雄厚的资本、先进的生产技术和全球主要的营销市场,获取了绝大部分的利润,第三世界国家的参与只是充当了全球化生产的劳动力,被中心的金融、技术、文化和军事力量所统治。全球化成为第一世界对第三世界发展提出的一个严重挑战^②。

不仅如此,资本主义发达国家以其强大的科技实力和经济力量,掌握着资本输出和文化输出的主导权,在文化生产与商品生产日益紧密的后现代时期,除了在不发达国家开辟更具活力的市场、获得更廉价的生产和生活资料之外,更通过媒介文化工业,通过传播媒体、商品广告、信息产品和文化产品,在创造利润的

① 萨米尔·阿明:《五十年足够了!》,载《中国与世界》1998年8月号。

② 王岳川:《全球化消费主义中的传媒问题》,《文化研究》第1辑,天津社会科学院出版社,2000年6月版。

同时创造着资本主义的消费意识形态，在向第三世界国家输出商品的同时，输出着资本主义的价值观和文化意识。全球化将资本主义逻辑无情地扩张到世界的每一个角落，使第三世界国家民族文化传统受到严峻的挑战。

全球化进程中，帝国主义性质的垄断一直存在着，以西方国家，尤其是美国为中心的媒介文化产业在全世界的扩张，特别是最为国际化的影视文化在全世界的广泛传播，使美国日益显露出强势的媒介帝国主义垄断特征。作为最大的出口商品，音像制品不仅为美国谋取了巨大的经济利益，更将美国的生活方式和文化观念销往全球每一个角落，深刻地影响着其他国家的民族想像和文化认同，以经济、政治和文化为驱动的全球化过程呈现出一种单向的“同质化”和“同步化”。文化帝国主义的垄断在一定程度上影响了人们所期待的全球化文化交流的开放性和丰富性，并对维护各个国家，尤其是“基本上都是文化产品进口国”的第三世界国家的民族文化传统、保持多元的文化趣味和文化意识提出了挑战。

20世纪80年代以来，随着改革开放的扩大、市场经济的勃兴，中国逐渐融入世界经济一体化潮流，加入了“经济理性与科技理性的实践”^①，参与了世界经济的循环和交流，参与了世界科学技术的创造与革新，逐渐形成世界性的经济生产和消费市场。90年代中国的社会转型进一步深化，进入了全面拥抱全球化，政治、经济、社会和文化与全球化“全面接轨”的时代。经过艰苦的努力，中国在新世纪加入了“世界贸易组织”，被正式纳入全球化的世界体系，正式开始“按照并不熟悉的游戏规则，加入受强手操纵的全球市场竞争。”

^① 成中英：《21世纪中国哲学走向：诠释、整合与创新》，载《中国社会科学院研究生院学报》2001年第6期。

作为一个处于复杂转型期的发展中国家，中国在全球化大潮中既要坚定不移地坚持“改革开放”的现代化建设，积极加入建立国际政治经济新秩序的斗争，又要坚定不移地走社会主义道路，从现实的民族国家利益原则出发，保持政治经济和文化的相对独立性。面对虎视眈眈的美国文化帝国主义，强势认同的文化规则使中华文化面临着第三世界国家文化发展共同面临的挑战。许多观点认为，发端于西方资本主义世界并为其所主导的全球化，会使非西方国家由于接受西方文化而在民族文化和文化认同上逐渐丧失个性。

“事关存亡绝续”，费孝通先生以一个中华文化学者的危机感和责任感，以一个人类学家“类”的意识，站在全人类发展的高度来审视自己“族”的文化，为在全球化背景下的中华文化发展提出了“文化自觉”的观点，即以科学的态度、实事求是的精神、实证主义的方法，来认识历史悠久的中华文化，明白它的来历、形成的过程、所具有的特色和它发展的趋向，以真正理解中华文化延续五千年的生命活力及其与生俱来的劣性痼疾，根据其对新环境的适应力决定取舍，同时，一视同仁地去认识和理解所接触的文化，存其精华，去其糟粕，吸收融会，以增强中华文化向全球化世界性的文化转型的自主能力，取得决定适应新环境、新时代文化选择的自主地位，维护中华民族“和而不同”的文化传统和文化理想，“努力创建一个和而不同的全球社会”，并在世界新文化的生成过程中，使体现着人类智慧、有益于人类的健康发展、有益于世界文化丰富多彩的优秀中华文化，能够在为强势文化所主导的全球化语境中，在以西方国家尤其是美国为核心的世界文化格局中，“介入世界文化话语，并对其进行改

造。”^① 成为全人类共同的精神文化财富。

二、媒体全球化与文化帝国主义

(一) 影视媒介工业的全球化扩张进程

20 世纪媒介工业的发展,信息超越时空障碍的自由传播,促进了世界经济和文化的交流,加速了人类社会的全球化,包括报纸、杂志、广播、电影、电视和因特网在内的大众传播媒介在全球化时代发挥着越来越重要的作用,尤其是最便利、直接、有效的广播电视和因特网,正在重构着人类生存的空间。而以视觉图像传播的电影与电视,是最国际化和大众化的媒介产品,拥有最广泛、最普遍的受众。

由于电影和电视的影像符号不像语言文字符号,能指与所指之间的意指性联系,是任意性和约定性的,对其他民族成为不可逾越的障碍。影像符号与现实生活实体形象的逼似性,使得以电影和电视为代表的视觉文化不仅超越了民族界限,也超越了传统文字符号对教育程度高低的界限,成为能为人们普遍共享的大众文化。自电影发明以来,就不断有思想家预言,视觉影像将最终征服语言文字。电影理论家巴拉兹就认为,随着电影的出现,一种新的“视觉文化”将取代传统的印刷文化^②。海德格尔在 20 世纪 30 年代提出的“世界图像时代”正在到来,弗雷德里克·詹姆逊指出,当代文化正经历着从以语言为中心到以视觉为中心的转变。

^① 孟建:《文化帝国主义的传播扩张与中国影视文化的反弹》,载《现代传播》2000 年第 1 期。

^② 巴拉兹:《电影美学》,中国电影出版社,1979 年版。

电影与艺术的结缘,更使得影像视觉文化获得了无穷的魅力。电视的发明,传播技术的进步,更使其如虎添翼。

以电影和电视为核心的影像视觉文化跨国传播的规模越来越大,能力越来越强,受众的覆盖面越来越广泛。电影电视的国际交流不但使影视产业创造了巨大的国际财富,同时也促进了国际间的文化交流,使各国民族所创造的文明迅速为全人类所共享。影视艺术作品传递和交流着各民族的思想、情感、精神和智慧,作为资本主义时代最重要的文化形式之一,以大众化艺术商品的形式,仰仗着跨国资本,借助媒介技术的发展,进行着势不可挡的全球化传播。影视文化的全球化传播在强化了人类共享文化的同质性特征的同时,由于传播流向的不平衡,使自由经济的资本主义文化理念和消费主义的意识形态在全世界范围内被不合理地强调了。

影视媒介文化工业作为技术、经济、文化的复合体,其全球化进程不仅集中体现着世界经济、技术、文化和政治的全球化进程,而且在全球化的时代,还集中地体现着世界经济、技术、政治和文化多种权力的较量和角逐,并对全球经济、政治、技术和文化格局中的权力分配做出反映。

20世纪80年代以来,“随着市场经济取得了胜利,国家似乎放弃了早先那种对经济的干预,并进而将那些数十年前视为不可动摇的公有企业私有化,同时,‘技术理性’已经成为各个社会的文化和知识价值的决定因素。”^①在技术、经济、社会和文化等因素共同作用下,有着巨大的社会影响力的广播电视电影媒介文化工业展开了无比激烈迅猛的全球化扩张进程。

有线电视、卫星电视、数码化高清晰电视、非线性电视摄录

^① 阿里夫·德里克:《世界体系分析和全球资本主义》,载《战略与管理》1997年第1期。

编设备等新媒介技术的发展,全球电视机家庭拥有量的激增,打破了传统的广播电视行业结构和市场的平衡,带来了大规模的媒介政策的市场化,形成了一个迅速发展的全球化媒介市场。

20 世纪 80 年代以前,大多数欧洲国家传统的广播电视是公共服务事业,主要是由国家控制垄断,并特许和委托公共机构经营,通过收取受众的收音机和电视机执照费、收取各种民间个人和企业的赞助和国家财政拨款来运营。公共广播电视不播放商业广告。有些国家允许播放少量商业广告或宣传赞助商企业形象的内容,但明确规定赞助不得影响节目内容。

20 世纪 80 年代以后,有线电视和卫星通讯的发展,极大地拓展了广播电视的传播内容和传播范围,打破了无线电频谱资源公共性和稀有性的传统理念。商业电视迅速崛起,冲击了稳定的以公共广播电视为主的欧洲广播电视市场,在强大的市场压力下,欧洲各国政府对公共广播电视政策进行了市场化调整:

1. 自由化,通过国家干预,在广播电视领域引入新的私有营者,打破广播电视一统天下的局面,形成新的竞争格局。

2. 商业化,广义上指广播电视在经营中更多地强调市场因素和赢利倾向,在狭义上则指国家减少对广播电视的公共投入,使公营广播电视财政收入中国家拨款和视听收费的比重相对减少,而广告和其他商业性收入的比重增加。

3. 放宽规则,国家放宽为确保公共利益而对广播电视产业结构和节目内容作出的各种限制规则。商业电视在欧洲迅速地发展起来。

在美国,20 世纪 70 年代以前的广播电视市场,由“NBC”、“CBS”和“ABC”三大联播网独霸天下,70 年代中后期,有线电视的发展,冲击了稳定的广播电视市场,并从根本上动摇了政府对广播电视进行管制的传统理念,无线电频谱的稀有性和公共性三大联播网三分市场的局面被打破了,它们在 70 年代占市场