

电视剧艺术丛书

通俗电视剧艺术论

——世俗生活的神话

曾庆瑞 郝 蓉 著



北京广播学院出版社

电视剧艺术丛书

北京广播学院广播电视文学系

湖 北 电 视 台 联合主办

大 庆 广 播 电 视 局

主 编:曾庆瑞

副主编:路宝君 苗 棣

编 委:(以姓氏音序为序)

陈晓春	黄金华	李胜利	刘晔原
秦俊香	王 强	吴 辉	吴素玲
闫淑珍	张丽华	张育华	邹韶军

总 序

曾庆瑞

当今的中国电视界和社会公众已经形成一个共识：电视剧的艺术生产和播出，和有关中国电视剧的史、论研究严重脱节；史、论研究的严重滞后，已经在相当的程度上制约了作品的发展和作品水平的提高。说起来也许令人难以置信，我们现在还刚刚在广播电视部电视艺术委员会的组织下开始做电视文艺节目其中当然包括电视剧的理论界定工作；另外，直到1995年，还有一家专业杂志发表文章，在讨论电视剧究竟是文化商品，还是艺术品，抑或传媒，或者别的什么，而且说了半天，还是一片混乱。

这样的情况，再也不能继续下去了。

电视剧1995年的生产量已达八千部集，1996年题材规划上报上来的数字竟然超过了一万部集，其中的精品，或者说让观众勉强看得下去的较好的作品，究竟有多少？如果，连电视剧究竟是什么、又究竟不是什么这样一个ABC的问题，都说不清楚，电视剧的摄制和播出，怎么能不无序、失范和越轨？怎么能不让人看到一些粗制滥造的作品在酿造一种浮躁不安、浅尝辄止的社会欣赏心态？甚至，还有一些假劣伪冒之作会冲击和破坏健康、正常的社会欣赏行为，而引诱一些意志薄弱的欣赏者和这一类作品所暗示的种种恶行秽语同流合污，一起趋向精神崩溃和人格堕落，进而导致整个社会的精神生产和文化消费陷入一种难以自拔的恶性循环？当然，造成这种局面的原因很多，制约电视剧生产和播出的因素也很多，

其中,理论的正确导向作用无疑是十分重要的。

于是,电视剧艺术呼唤理论,成了当今中国电视界和社会公众的又一个共识。

多年来,就电视剧的生产和播出,我们已经有不少的评论家和理论工作者,甚至剧作家、艺术家自己,做了不少的研究工作,且有不少论文或论著问世。然而,毋庸讳言,这种研究还没有系统化,规范化,科学化,不少的课题甚至还没有提到日程上来,而在电视剧艺术学的学科领域里留下了处处空白。从总体上说,我们的史、论研究工作的水平还需要有一个很大的提高,没有这样的提高,是不能引导电视剧艺术的健康的发展的。

这样的提高,当然需要电视剧界和关心中国电视剧事业的朋友们的共同努力,共同建树。

在这共同的努力和建树之中,北京广播学院广播电视文学系、广播电视文学研究所和有关兄弟系、所的一些教师,北京广播学院出版社的有关同志,集合起来,认真投入,撰写和出版了这一套《电视剧艺术丛书》。

这套丛书,从选题规划到各个选题的总体构思到每位著者的思辨和实证,到每本书的着墨行文,自然不能说是尽善尽美的。不过,想到我们是在努力参与建设电视剧艺术学这个学科,致力于为此学科的建设作出自己的一份贡献,我们就有决心,也有信心,在丛书的第一版问世之后,再作认真的修改和补充,使它尽可能地完善起来。

我们期待着成功,也期待着电视文艺史论研究和电视文艺节目的生产和播出一样繁荣。

1996年初夏于北京广播学院

前 言

90年代以来世俗化的浪潮一日高于一日，在电视艺术领域，通俗电视剧的兴盛成为重要的文化景观。1993年，在北京雁栖湖畔举行了通俗电视剧的研讨会，然而这次会议并没有实现理论争端的终结，而像导火索一样引发了人们全面而深入的理论探索。至今，关于通俗电视剧的概念界定、本体特征、文化定位依然是理论争鸣的焦点。本书在历史的审视与文化的视角中对这一重要现象进行了思考。希望求得各位专家的指正。

全书分为九个部分，通俗电视剧的文化定位、概念界定、历史脉络、本体特征、类型概况、地域特色、娱乐功能构成了全书的主体，此外在实例的审视论证中还考察了通俗电视剧自身发展中的矛盾冲突，对于商业电视剧在中国的进一步发展进行了展望。

在文化上，通俗电视剧集中体现着大众文化的特征。“当代中国的大众文化，在功能上是一种游戏性的娱乐文化，在生产方式上是一种由文化工业生产的商品，在文本上是一种无深度的平面文化，在传播方式上是一种无等级的泛市民文化”（《文艺理论研究》，1993年第3期，尹鸿）。许多理论家把通俗电视剧定位为大众文化文本，这是正确的。但是，在中国大陆，通俗电视剧并非生存在单一的文化形态中，它在不断地与“精英文化”、“主流文化”的谋合中，形成了自己独特的多元文化结构。在这三种文化的和声中，大众文化正日趋以不可扼制的野性，代替主流而

成为“主流”，消解精英而聚合大众。面对其消解“历史”、消解文化的特性，本书在对通俗电视剧充分肯定的同时，对于其艺术本质提出质疑。

通俗电视剧并非是在现实主义的映照下成长的，虽然它以世俗的生活、世俗的情感、世俗的命运为主要内容，但在世俗的外衣下却是神话的功能，是疲惫生活中人们的愿望甚或欲望，是现实生活中难以实现的白日梦。因此，对于“世俗的神话”，现实主义的“真实性”原则与“典型”理论，必然不能适应通俗电视剧的理论批评。观众看历史剧，不是看历史而是看戏，批评通俗电视剧违背历史、远离现实生活，就如同要瞎子看见东西一样荒诞，没有找到其虚拟情境下批评的要旨。在神话的赞歌中，“现实世界”只是“想象的现实世界”，在逼真的视听语言中演绎着“善有善报、恶有恶报”，“有情人终成眷属”的动人故事。现实的复杂性、丰富性，化解在二元对立的叙述框架中。

代替“典型”理论与“经典”的，应该是“类型”化与“精品”的研究。“类型”对于通俗电视剧是一个至为重要的研究范畴，类型的形成是通俗电视剧成熟的标志。本书对家庭伦理剧、言情剧、喜剧、武侠剧、警匪剧、科幻剧等类型进行了探索。通俗电视剧在我国尚未形成鲜明的类型定位。

伴随着通俗电视剧创作与理论的不断深入，商业电视剧这一新概念的提出，拓宽了理论研究的视野，并在一定程度上纠正了“通俗电视剧”这一名词的不合理性，因为“通俗”与“高雅”是艺术的两种境界，境界不同而风格不同。当以此为标准，划分所谓“主旋律”电视剧、艺术剧、通俗剧，则是不科学的。在电视剧家族中通俗电视剧拥有霸主地位，形成一股不可阻挡的商业主流，而轻松愉悦的消遣特性更加速着这种文化的商业本质，因此商业电视剧的提出也更符合通俗电视剧的创作实际与发展道

路。甚至在商业电视剧的展开中，我们有必要重新认识电视剧的性质、特征、功能，以及批评的标准。

本书只是对当前最热门的话题之一——通俗电视剧的一个初步探索，其中存在的问题与疏漏希望得到各位专家、学者的指正。

目 录

前言	(1)
第一章 导论	(1)
一、通俗剧的崛起	(1)
二、通俗剧兴盛的原因	(5)
三、通俗剧的文化特性	(10)
第二章 观念问题	(18)
一、通俗剧的论争	(18)
二、通俗剧的文化定位	(26)
第三章 规定性的探寻	(37)
一、世俗生活的神话	(37)
二、通俗剧与“艺术剧”	(45)
三、通俗剧与“主旋律”电视剧	(53)
四、通俗剧与非意识形态化	(61)
第四章 艰难历程	(70)
一、本土创作概况	(70)
二、海外通俗剧的涌现	(91)

第五章 本体特征	(97)
一、世俗性	(97)
二、故事性	(106)
三、煽情性	(111)
四、商业性	(121)
五、技术性	(128)
六、类型化	(132)
第六章 类型概观	(142)
一、家庭伦理剧	(142)
二、言情剧	(148)
三、武侠剧	(156)
四、警匪剧	(161)
五、神魔剧	(166)
六、喜剧	(169)
七、其他类型	(176)
第七章 地域特色	(181)
一、客观现实及其艺术体现	(181)
二、“京派”电视剧	(186)
三、“海派”电视剧	(190)
四、“岭南派”电视剧	(197)
五、其他地域风格	(202)
第八章 娱乐功能	(206)
一、观众在哪里	(206)

二、娱乐是一种现实·····	(212)
三、差异性与雅俗共赏·····	(218)
第九章 自反与超越·····	(226)
一、大众文化与通俗剧的文化危机·····	(226)
二、国外的“肥皂剧”与“情境喜剧”·····	(235)

第一章 导论

丹纳曾在他的《艺术哲学》中指出“事情的实质是：只要你仔细地观察艺术文化的全部历史，就不难看出，各种艺术的发展总是不平衡的。在每一个时代里，某种艺术得到最优先的发展，最广泛、充分、迅速地表现出时代观念。而艺术的另一些种类则在社会的艺术文化之中仿佛是退居次要地位。不同的艺术种类的相互关系，并不是一成不变、而是极其变化不定的：在每个时代，甚至在同一时代，可是在不同风格和流派里起主导作用的是艺术创作的不同种类——有时是文学，有时是绘画，有时是音乐，有时是戏剧，有时是建筑术，有时是实用艺术，有时则是电影。”那么，在这种艺术发展的不平衡规律中，今天则是电视剧艺术崛起的时代。电视这个电子时代的宠儿已经深入到千家万户，成为人们日常生活中不可或缺的组成，看电视，就像平淡生活里一种神话的仪式。目前，透过电视这一媒体，大众文化的兴盛成为文化焦点，通俗剧的研究乃当务之急。

一、通俗剧的崛起

20 世纪 80 年代以来，中国大陆的电视剧在经过曲折的探索与“文化大革命”的文化摧毁后，又出现了艺术的新局面。改革开放、经济搞活，生产力的迅速恢复与发展，给中国人带来更多的闲暇时间，在物质文明与精神文明的领域取得更多的自由。这

种私人空间的拓展以及对“十年文艺黑线政策”的反叛，使得人们的审美意识、娱乐意识迅速觉醒。电视剧的创作也越来越重视自身的艺术规律，逐渐摆脱了广播剧、小说、电影的美学支配，寻找电视化的艺术表现方法。在艺术功能上，也摆脱了政策图解式的宣教功能，走向审美娱乐的多元化。

中国大陆的通俗电视剧是伴随着对 80 年代的《敌营十八年》的批判而出现的。由于“文以载道”的文化传统与长期的“以阶级斗争为纲”的思维惯性，使人们尚难对这部展露大众文化头角的电视剧宽大为怀，以情节为中心的故事经不住理性的推敲。随后，我们播出了一些日本和港台的通俗剧，在观众中取得了巨大反响，中国人渐渐地喜欢上这些并无多少深度、轻松愉悦的文化产品。特别是 1984 年，《霍元甲》、《上海滩》的播出，掀起了大陆观众“武侠剧”的热潮，它们的主题歌、插曲也成为街上的流行歌曲，特别是青年人口中哼哼的小调。之后，《陈真》、《血疑》、《万水千山总是情》、《星星知我心》、《昨夜星辰》、《诽谤》、《卞卡》、《坎坷》等通俗剧，使这一大众文化文本的操作策略更加突出。我们的电视剧制作者们也纷纷投入到这类电视剧的生产之中，并在 80 年代起步与探索的阶段就取得重要成就。这就是诸如《四世同堂》、《啼笑因缘》、《乌龙山剿匪记》、《西游记》、《甄三》等较为优秀的文本的出现。面对通俗剧的崛起与兴盛，有见识的理论工作者提出了要重视通俗电视剧的创作，研究通俗电视剧的表现手法。

1988 年，北京广播学院宋家玲副教授的《电视剧艺术论》一书出版，表现出对于通俗的、大众化的电视剧的关注。他在上篇《观念论》的《粗糙·光彩》里写道：“电视剧是大众艺术。大众艺术必得通俗？通俗 = 粗俗？雅俗不能共赏？雅，即是创新？俗，能否创新？”“电视剧是大众化的艺术，符合大多数观众口味

的作品应该多一些。但大众的通俗东西，也有两种搞法：一是粗制滥造，……另一种，粗粮精作，内容通俗易懂，同时也讲究艺术性，也讲究人物形象的塑造真实动人。”

高鑫教授在1988年写文章综述1987年的《电视剧创作、理论研究综述》中，也关注了通俗剧这一艺术样式，“‘通俗电视剧’这种新兴的艺术样式，这一年在电视屏幕上也显得异常活跃，并且赢得了电视观众，特别是市民阶层的喜爱。”

然而，这些敏锐的观察，并没有唤起理论的热情，“艺术至上”、“文以载道”的观念根深蒂固，通俗剧的创作始终引不起专家的广泛重视。

直到1990年，《渴望》播出，《编辑部的故事》、《皇城根》、《爱你没商量》、《京都纪事》、《北京人在纽约》、《过把瘾》、《杨乃武与小白菜》、《外来妹》、《情满珠江》、《上海一家人》、《爱在雨季》等通俗剧纷纷涌现。创作界首先发现，观众在不堪心理重负的劳碌后，更希望在电视机前寻求短暂的轻松与愉悦，以消除一天的疲劳。于是在90年代以后，首先通俗剧的创作呈现出大发展的繁荣景观，在数量与质量上都远远超过了80年代，并在全国范围内取得多次轰动效应。面对这轰轰烈烈的世俗化运动，专家学者也深切地注意到大众文化时代的到来，以及观众审美娱乐意识的空前觉醒。这些电视剧往往切中社会热点问题，或集中于艺术的母题，同时把握住时代变迁时人们的普遍心理，借助世俗化的内容，通俗易懂的语言成为吸引观众的巨大磁石。理论界的广泛关注，引发了通俗剧的文艺争鸣，专家学者为其正名顺言。

从1992年起，在电视剧理论界、批评界，把这类电视剧约定俗成为“通俗剧”。从此，展开了通俗剧的理论探讨。

观众对于国产通俗剧也产生了空前的热潮。90年代，虽然

也引进了大量国外与港台的通俗剧，但已不是 80 年代独占鳌头的局面，而是平分秋色、三足鼎立。甚至一些观众指出，国外和港台的某些通俗剧缺乏文化底蕴、悬浮于声、光的表层娱乐中。

中国通俗剧在 80 年代的崛起，90 年代的兴盛，在我国的文化领域内产生了深刻的影响。它以话语沟通的易读性、世俗生活的曲折性、丰富的娱乐性，拥有最为广泛的受众层面，是现代社会中人们轻松愉悦、消磨时光的伙伴，为大众所喜爱的同时也深刻地影响大众的一门艺术。它在“润物细无声”的表层文化形态中，正以狂风暴雨式的力量，冲击着整个电视剧艺术的创作，甚至在整个文化艺术领域都引起了巨变。这就是世俗化的大众文化的上升，至少是对几千年“存天理、灭人欲”的礼教的超越，回归了人类的自由与本性。但是在其勃勃的生机与娱乐特性中，媚俗的泛滥、人文精神的失落，成为这个世俗化时代的矛盾冲突。因世俗而媚俗或许正是通俗剧最大的病症。它的成败引起了主流文化、精英文化的惶恐，人们极为关注通俗剧在艺术上的非正常性的文化现状将走向何方，以及如何解决其自身艺术发展中的矛盾冲突。

在精英文化、主流文化、大众文化三者较量对峙的今天，我们肯定文化变化的必要性。那么，对于通俗剧其内在的文化品格也是随着发展成熟而有所变化的，在独善其身的同时，也要汲取它类之精华，这似乎是通俗剧求得发展的必然趋势。因此，在文化发展变化的态势中，我们所目睹的通俗剧的困境只是暂时的，在 90 年代世俗化的浪潮一声高于一声中，精英文化与大众文化的合谋，或主流文化与大众文化的合流，越来越成为明显的文化现象。通俗剧也在逐渐迈向这种融合，寻找自己的生存空间。

二、通俗剧兴盛的原因

90年代以来，大批的通俗剧迅速崛起，诸如：《渴望》、《编辑部的故事》、《请拨315》、《皇城根》、《京都纪事》、《爱你没商量》、《北京人在纽约》、《过把瘾》、《承诺》、《戏说乾隆》、《武则天》、《宰相刘罗锅》、《东边日出西边雨》等，它们以高度的类型定位，极其精美的商业包装，世俗化人物的情感与命运，吸引了大批观众。某些通俗剧甚至造成了前所未有的社会轰动，引发了全国性的文艺争鸣，其影响力大大超过了以往任何视听或非视听的文艺作品。

在国外，通俗剧属于商业电视剧的范畴，它是大众文化商品，首先受制于市场的规律，创作往往遵循大众文化的操作规则。但是在中国，通俗剧并非单纯的大众文化文本，它是在精英文化、大众文化、主流文化三者的相互消长中生存的，这是具体的国情与体制所致。因此，我们的通俗剧不断地构建自己的多元文化结构，在与主流文化、精英文化的冲突、妥协中，寻找最为社会认可的、最世俗化的表意策略，以适应本土大众的需要。

通俗剧的兴盛，首先就政治而言，十一届三中全会以来，全国以经济建设为中心，坚持四项基本原则，坚持改革开放，结束了几十年“以阶级斗争”为纲的极左思潮。文革以前，我国的文艺事业已经受到了以阶级斗争为纲的严重干扰，文艺要“写中心、演中心、唱中心”，要为“无产阶级政治服务”，道路越走越窄。文革十年间，文学艺术中似乎只剩下样板戏和语录歌了。面对这种残酷的现实，人们呼唤着文艺的春天。文革之后，对极“左”思潮的否定，也促使了我国电视事业的复苏，电视剧的创作蓬勃发展起来，开始寻求自身的艺术规律，不再是政策的图

解。在视听语言逐步丰富的同时，电视剧的题材、内容日趋广泛，一些社会热点问题的关注、一些世俗命运与情感的表现，通俗剧的创作日趋繁盛。像《编辑部的故事》之类的通俗剧，即使触及社会问题，针砭时弊，哪怕稍稍越出“微言小义”也不致遭到厄运，不能播出。政治的清明与宽松，使通俗剧的兴盛成为可能。

1980年，我国第一部通俗剧《敌营十八年》除艺术上的粗糙、情节的虚假遭到观众的不满外，更为重要的是当时的人们尚难习惯通俗剧这一大众文化文本。随着创作的逐步深入与时代主题的转移，人们的审美娱乐意识觉醒，电视剧的艺术功能也得到了较为全面的认识。在紧张、疲劳的工作后，人们希望得到轻松与愉悦，以消除一天的疲劳。人们更加厌倦于说教，希望在屏幕前做一场世俗的“白日梦”。据说现代人患有一种教育过敏症，只要电视剧中稍露说教的端倪，有人便不耐烦换台关机。人们希望在休息时间看到更消闲、更有趣、更轻松的电视节目。于是通俗剧这种以抒写世俗生活、世俗情感、世俗命运为主的电视剧，也就越来越受到大众的青睐。同时，人们也认识到通俗剧是大众娱乐需求中具有广泛性和群众性的艺术样式，它甚至具有稳定社会、安抚民心的特殊作用。通俗剧的创作者也主动与主流意识妥协，只触及社会问题，不涉及体制问题，针砭时弊也只是微言小义，入木三厘。在政治的许可、民众的“契合”中，通俗剧兴盛起来。

政治的清明，带来了经济的繁荣。生产力的发展、经济的搞活带来了更多的闲暇时间，为大众审美娱乐的实现提供了物质基础。以经济建设为中心，建立和完善社会主义市场经济，使我们的体制兼有了市场经济的活力。通俗剧以其精美的包装和商业策略，在文化市场的竞争中取胜，从而繁荣发展起来。而且，社会

主义市场经济打破了一元化的意识形态格局，中国人的价值观从一元走向多元，娱乐成为日常的正当需要。多元的价值观和对娱乐的渴望，也促进了大众文化市场的形成。新的文化市场造就了新的文化商和文化生产机构，大批民营影视制作机构应运而生。一批“文化大腕”，他们在大众传媒中翻江倒海，创造着大众文化产品。市场以经济利益为原则，一部成功的通俗剧可以拥有成万上亿的观众，它所造成的影响，所获取的经济效益是其他任何艺术样式不可企及的。另外，随着我国社会主义市场经济的迅猛发展，市场竞争日趋激烈，厂家和企业需要在观众所喜爱的长篇电视连续剧中插播广告，通俗剧正好契合了这种市场的需求。《渴望》、《编辑部的故事》的播出，就是以代劳力和百龙矿泉壶广告为伴。市场经济的发展无疑促进着通俗剧的进一步展开，为其创造了客观现实的物质基础。

而且，经济的繁荣与现代化的大生产，同时带来了都市娱乐文化的兴盛，促成了中国“大众”的出现与成熟。旧的人事制度的逐渐解除，人们以各种方式离开旧体制为人们所规定的社会位置。90年代，义务教育的普及，使得流动在新的经济体制下寻找机会的劳动者普遍具有最基本的文化水准。他们在现代化的生产体系中，很快地与大众意识认同，而且大众传媒的渲染与引导又使这种意识得到深化。大众作为一种重要的社会现象，逐步地浮现在我国的现代化进程中。而大众的出现，也促进了通俗剧的发展，为大众文化的兴盛找到了土壤。^①

另外，改革开放带来了文化的转型，新时期以来，各种思潮的涌入与复苏，打破了大一统的文化格局，呈现出多元化的发展趋势，使得大众文化拥有一席之地，这也是通俗剧兴盛的重要原

① 参见《大众文化与当代乌托邦》，作家出版社，1995年版。