

# 电视艺术批评

刘晔原著

中国广播电视出版社  
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

J905/15

2008

# 电视艺术批评

刘晔原著

中国  广播电视出版社  
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

## 图书在版编目 (CIP) 数据

电视艺术批评/刘晔原著. —北京: 中国广播电视出版社, 2008.1

ISBN 978 - 7 - 5043 - 5474 - 7

I. 电... II. 刘... III. 电视影片评论 IV. J905

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 171273 号

## 电视艺术批评

作 者	刘晔原
责任编辑	杨 凡
封面设计	丁 琳
责任校对	谭 霞
监 印	陈晓华
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条9号 (邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	涿州市京南印刷厂
装 订	涿州市新华装订厂
开 本	680 毫米 × 980 毫米 1/16
字 数	335 (千) 字
印 张	21.25
版 次	2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷
印 数	5000 册
书 号	ISBN 978 - 7 - 5043 - 5474 - 7
定 价	37.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

## 前言

21世纪被称为“电视的世纪”、“影像的世纪”，欣赏电视艺术已经逐步占有了大众的休闲时光，它涉及到中国十几亿观众，涉及到全国几亿的各类艺术的爱好者和参与者，也涉及到艺术的流行，并制造出社会时尚。因而电视艺术是媒体艺术，也是真正的公共艺术。无论它愿意与否，都必须负载起精神领航者的责任，既不能成为一种“私人话语”，也不能沦为钞票的加工厂。在当代的市场环境之中，眼球经济已经产生了巨大的能量，并由此带来滚滚财源，求新求奇，惊世骇俗，引领时尚，各种电视节目闪亮登场，让人眼花缭乱，开辟了人的第二世界。虽然在互动和参与方面输给网络，但是也有效地规避了有害方面，电视迷没有网迷那样的痴迷并危害正常人生。这说明电视艺术不论怎样求异求变，仍然具有“公共性”的内在生产理念，有着领航当代的使命感和接受社会检验的义务感，体现着当代社会肌体健康的需求和精神快乐与自由的需求。

为满足上述两种需求，电视艺术创作者为之呕心沥血，而检验需求的满足度和社会效果则需要评价，从而也就有了电视艺术批评的需求。可以说，电视艺术批评是电视艺术继续开阔视野与胸襟的动力，是与创作者构筑的电视艺术良知天空的协作者，二者是共享与双赢为基本模式的审美新关系。批评的存在使那些自我认知良好或者偏于利益的艺术负价值得以退出，虽然不是直接作用于创作，但是离开了批评，求新则常常成为非艺术的瞎胡闹。因而无论是加强审美修养和辨识能力，提高艺术创作水平，还是倡导先进文化，构建民族文化，我们都需要有系统的审美理论，需要对电视艺术做全面的检视，以便即时、理性地加以指导。

在中国当代的艺术创作中，有两种创作观念值得提出：一是受西方现代艺术理论影响的个人主义艺术观。它的基本理念是“艺术是个体的”，与历史、他人、社会无关或者关系不大，只要能够有收视率，就可以不论其他，这在某些电视艺术形式的策划和电视剧的创作中显露得特别明显，某著名的电视艺术导演甚至视批评家为



寄生于艺术创作中的“毒瘤”，不愿接受批评，不愿意受到检验，实际代表了个人创作与公共艺术的对立。二是受政治艺术理论影响的宣传功能性艺术观，它刻意强调的是艺术创作的“当下”功利服务。应当说在电视艺术接受审查然后播出的生存状态之中，这种服务的突出是有它正面的现实意义的，但过于功利则有害无益，艺术在审美趣味及价值判断上要避免过于狭隘与有限，无论是金钱的喉舌还是政见的喉舌都要避免，以保持艺术内在的审美要求。

当代文化本身已经是多元与开放的，电视艺术直接体现了这种多元与开放，各种艺术创作、探索与实践都在电视屏幕上得到表现。同时，观众的体验和社会的检验的要求也在同步发展，阐释电视艺术所表达的内在精神，让其艺术之美和对社会的引力同时出场，避免有效信号的丢失，也避免创作中的过分自我倾向伤害社会肌体，这就是电视艺术批评的责任。

电视艺术批评是对电视艺术创作的保护，艺术生产者由于时刻想着让艺术联想的翅膀飞得更高，时常难免有“折翅”之虞，而且在市场和消费的双重制约中，由于缺乏一种在场的裁决和评价尺度，诸如“李魁李鬼”或“羊头狗肉”之类由艺术向市井下落的情况也在所难免。总之，电视艺术批评最大的功能就是促使电视艺术生产走向理性和平和，走向艺术的高标准并能够保持艺术创作的自由。

电视艺术批评具有艺术和学术双重的意义。从学术来说，要体现出知识的增量和分析模式的创造。电视艺术已经有了近三十年的批评史，本书所有的研究不过是在前人已有的基础上力求提供新的研究视角，在本书所涉及的范围内，增加新文本的分析，并力图建立自己的分析模式。从艺术来说，要体现的是对原创艺术的尊重和爱护，按照艺术规律和艺术内在的自由的要求，阐释这些艺术的成就，发掘其艺术的独创性和闪光点是电视艺术批评最基本的出发点。另一方面作为学术性的艺术批评，批判的眼光和问题意识又是不能偏离的立场，因而无论是从学术需要来说，还是从艺术需要来说，电视艺术批评目前还不能完全体现出社会尺度和艺术尺度的全部功能，都应该奋力开创一片广阔而博大的天地，努力保持与艺术创作同步的进程，本书也正是基于这一认识的一种努力。

电视艺术包罗万象，面对电视艺术的大量材料，全面和细致几乎不可兼得，电视艺术的时效性增加了评价和判断的难度。限于学力和时间条件，本书在14章的篇幅之中，只对目力所及、有所体会并能够发言的门类进行了批评论证。在前两章

之中对于电视艺术批评进行了理论上的阐述，主要用意是引起对于电视艺术批评理论本身的讨论，从第三章开始针对一项具体的电视艺术进行评论。所谓“一项”的确立，并没有经过分类学的论证，采用的是约定俗成的认定概念。同时，本书顾及到电视艺术本身的特点，打破纯艺术的限制，对于一些介于艺术与娱乐之间的社会影响较大的品类也“立项”进行专门的评论分析，对于一些非艺术门类只就其言说艺术运用和现状发表意见，而后五章则是针对影响最大的电视剧艺术进行的批评。总之，虽罗列为十四章，实际上只有八项研究对象，而对每一项中的巨量内容只能略举所见之例，仍属挂一漏万，因此不敢擅言捉到规律。只希望不才之砖能够为电视艺术批评的发展铺路，如果能够为后来的学术研究提供一点思路，则不枉此书所费木材工本，所愿虽不足，亦可算作跬步一迈。

<b>目 录</b>	
前 言	1
<b>第一章 电视艺术批评的界定</b>	1
第一节 电视艺术批评的概念界定	1
第二节 电视艺术批评的性质	7
第三节 电视艺术批评的构成	10
<b>第二章 电视艺术批评的历史与现状</b>	13
第一节 电视艺术批评的产生	13
第二节 电视艺术批评的检视	19
第三节 电视艺术批评的责任	24
<b>第三章 电视综艺艺术批评</b>	27
第一节 电视综艺的定名	27
第二节 电视综艺晚会	30
第三节 春节文艺晚会	39
第四节 “心连心”的电视综艺	47
第五节 大型演唱会《同一首歌》	50
第六节 电视综艺栏目	58
<b>第四章 音乐电视艺术批评</b>	62
第一节 中国音乐传统	62
第二节 音乐电视的艺术特征	65
第三节 音乐电视的风格类型	70
第四节 音乐电视的发展	74

<b>第五章 电视娱乐节目批评</b> .....	80
第一节 娱乐文化的提出与构成.....	80
第二节 娱乐节目的功能.....	85
第三节 反思娱乐节目.....	87
第四节 “超级女声”的个案分析.....	91
<b>第六章 电视动画艺术批评</b> .....	99
第一节 我国动画艺术的辉煌历史.....	99
第二节 “中国学派”动画片.....	105
第三节 国际竞争中的中国动画艺术.....	116
第四节 比较与差距.....	120
<b>第七章 电视戏曲节目批评</b> .....	126
第一节 中国的戏剧传统在于戏曲.....	126
第二节 电视为戏曲带来新的生机.....	132
第三节 戏曲栏目成功的启示.....	135
第四节 戏曲栏目应当坚持戏曲美学.....	141
<b>第八章 新闻言说节目艺术批评</b> .....	145
第一节 电视节目的细分化与艺术成分的进入.....	145
第二节 社会新闻的社会性和艺术性.....	151
第三节 新闻强化艺术性的冷思考.....	154
<b>第九章 文化专题片的批评</b> .....	162
第一节 文化专题片与相关节目.....	163
第二节 历史文化专题片.....	169
第三节 地域文化专题片.....	172
第四节 文化专题片的批评.....	180
<b>第十章 现实题材电视剧的艺术批评</b> .....	187
第一节 现实题材电视剧的界定.....	187
第二节 家庭类电视剧的批评.....	190
第三节 现实社会类电视剧的批评.....	198





第四节	现实题材电视剧的批评·····	203
<b>第十一章</b>	<b>军事题材电视剧批评·····</b>	<b>213</b>
第一节	战争题材电视剧·····	214
第二节	当代军旅建设剧·····	226
第三节	军人生活剧·····	232
第四节	反思军事题材电视剧·····	237
<b>第十二章</b>	<b>商业题材电视剧批评·····</b>	<b>243</b>
第一节	电视剧为商人商业正名·····	245
第二节	电视剧表现当代经商的理念·····	253
第三节	表现商人反侵略的民族气节·····	261
第四节	商业题材电视剧的反思·····	266
<b>第十三章</b>	<b>农村题材电视剧批评·····</b>	<b>271</b>
第一节	围绕新时期现实农村的电视剧·····	271
第二节	表现农民自身素质的电视剧·····	279
第三节	反映农民进城的电视剧·····	284
<b>第十四章</b>	<b>历史题材电视剧批评·····</b>	<b>293</b>
第一节	历史题材电视剧批评的现状·····	293
第二节	历史剧典型剧目批评·····	306
第三节	传奇剧典型剧目批评·····	315
参考书目·····		325
后    记·····		327

## 第一章 电视艺术批评的界定

### 第一节 电视艺术批评的概念界定

#### 一、电视艺术批评是文艺批评的一个组成部分

电视艺术批评是文艺批评的一个组成部分。文艺批评包括文学和艺术批评在内,已经有成熟的学科经验,有成体系的理论建设。电视艺术批评属于文艺批评中的新兴学科,它是在20世纪80年代之后电视艺术取得迅猛发展并迅速成为社会主流艺术形式,掌握并引导了大众的欣赏这一现实基础之上才产生的。从发生学的意义上说,是先有了引导潮流的新兴的电视艺术,有了电视艺术的影响,有了评论电视艺术的需要,有了积淀和挑选有影响的电视艺术节目的需求,有了研究电视艺术的规律的课题之后,才有了电视艺术批评这一学科。

由于电视的传媒性质,就其艺术的内容而言,它与传统的文学艺术有斩不断的血缘关系。在发展初期,电视艺术依附于传统的艺术,电视仅仅是技术,是转播。即便在独立的发展过程中,仍然离不开传统艺术的滋养,无论是电视舞蹈、电视音乐、综艺晚会还是电视剧,在艺术表现上仍然可以看出与原有独立的各种艺术的关系。因而,电视艺术批评既要强调电视艺术独有的特征,又要认清它与艺术批评的相通之处,无视传统文艺批评理论无疑是片面的。我国有着丰富的艺术理论,在文学、绘画、歌舞、戏曲等方面都有自己丰厚的积累,当电视艺术产生时,这些原有的艺术门类结合电视技术而开始了自己新的创造,但是原有的艺术理论却仍然能够部分地指导电视艺术。此外,电视艺术批评也有自己的显著特点。

#### 二、电视艺术批评的对象

电视艺术批评的对象可以分为两个层面:一是在电视屏幕下出现的所有的艺

术形式,以现有的电视艺术来说,电视音乐、电视舞蹈、各种综艺表演、各种才艺展示、出现在屏幕上的大量电视剧以及深深影响一代儿童的动画片均属于电视艺术批评的直接对象。二是以非艺术的形式出现而含有艺术因素的栏目,如以故事的形式讲述新闻背后的故事,以艺术画面表现各类科学探索、动物世界、人与自然等,因而电视艺术批评的对象是可以延伸的,限于学力,本书以第一类为主,对于第二类仅有所涉及。

### 三、电视艺术批评是与现实紧密结合的学科

我国的电视艺术连同初期在内,仅有不到 50 年(1958—2007)的发展历史,而真正成为大众艺术并被大众享用是从改革开放的 80 年代开始,如果从电视机普及和电视台的发展计算则是 80 年代中期,不足 30 年。但是由于电视的大众媒体性质,电视艺术几乎是膨胀式的发展,成为当代与网络艺术并行的主流艺术形式。这就形成了电视艺术整体上的一个图像:历史短,作品量大,发展迅速,成为一个锐角三角形。电视艺术批评也就因为现实的需要而迅速建立起来并紧紧张张地跟着电视艺术的脚步奔跑,甚至来不及回望,来不及沉淀。因而电视艺术又被称为流行艺术,而电视艺术理论包括电视艺术批评也常常被有学史的学科讽刺为浮躁的学问,不成为学问的学问。然而电视艺术创作和播放领域的蓬勃发展所带来的理论问题必须解决,电视艺术批评应当是与现实紧密结合的学科。

与现实结合是由电视艺术的影响力所决定的。以下材料颇能说明问题:自 2004 年 10 月起,石河子市城关工委选编了 33 道选择题,以问卷的形式发给市区 8 所学校的 711 名中小學生,团场 5 所学校的 668 名中小學生,市区的 108 名高中學生填写,共计回收问卷 1,487 份,问卷回收率 100%。调查结果显示:影视节目对未成年人的影响不容忽视。数字显示 41% 以上的中小學生认为对自己行为影响最大的是影视节目,45.7% 的中小學生崇拜和喜欢的明星是影视明星,31% 的中小學生喜欢看武打类影视节目。

电视节目影响巨大是不争的事实,在调查问卷中提问:“你认为对你行为影响最大的是什么?”可选择的有 5 项:学校、家庭、朋友、影视节目、其他。选影视节目的小學生 41%,初中生占 35%,高中生占 10%。在谈影视节目对自己的影响时,学生们写下了这样的话:因为影视节目很精彩,使人看了还想看;因为有时看了武打片,上课就会影响我的学习,就会想武打片的内容;有些影视节目会对我们有不良影

响;因为影视节目吸引我,使我学习成绩下降;影视节目会影响我们行为,容易学习里面的黑社会,等等。

影视明星受崇拜是调查中显示的又一结果。“你喜欢什么样的明星?”可选择的有5项:科学家、英模、体育明星、影视明星、其他。小学生、初中生、高中生喜欢影视明星的比例分别是45.75%、42%、21.35%,喜欢的原因是:因为他们的表演能力很强,可以很好地发挥自己;他们给我带来欢乐,轻松;可以赚很多钱,又可以打扮得很时髦。

武侠片和动画片是评论的弱项,却是青少年的喜爱。惊心动魄且刺激的武侠片,中小學生喜欢看的居多,占比例很大。如调查问卷提问:“你喜欢看什么样体裁的电视节目?少儿节目,武打片,其他。”调查结果显示,在三个选项中小学生、初中生、高中生喜爱武打片的比例分别是25%、31%、42%,理由是:在武打片中,我们不仅能看到精彩、刺激的动作,又能感受英雄豪情;因为武打效果令人震撼,很刺激且有吸引力;可以了解中国的武术;可以用刀、剑显示气魄。而少儿节目类的比例按小学生、初中生分别为29%、59%,原因是,我现在是少儿,这节目适合我;我喜欢动画片,少儿节目生动,有趣,有益健康,是专门为我们准备的。通过调查可以得知影视节目、影视明星、武打片对未成年人的影响很大。其中,值得警惕的是在我们的生活中,宣传暴力文化的音像制品不难见到,未成年人看到邪不压正的武打片,如果缺乏有关人员及时和正确的引导,从中学到的会是用武力来解决问题,用武力换来尊严等行为模式。<sup>①</sup>

对于青少年是如此,对于成年人也并不存在相反的现象,电视文艺节目天天都要播出,节目量大,内容多,涉及方方面面。明星的号召力到底有多大,从刘晓庆做美容的一则报道就能看得出来。广州一家美容院宣称能把刘晓庆从50岁变成20岁,第二天美容院就拥挤成农贸市场。一个小时年轻30岁,千千万万爱美的女性能不怦然心动吗?紧接着刘晓庆出来辟谣,一辟谣美容院更热闹得像自由市场了。要说整容整成小姑娘,顶多算个人造小姑娘,可人家说只要做了光子嫩肤,没动刀子没注水,就变成20岁小姑娘了,那不更神奇了!很多美容院的光子嫩肤,价格偏高,很少有人问津,现在火得不行,排着队都做不过来。刘晓庆不辟谣带火了一家美容

<sup>①</sup> 禹莉:《影视节目影响不可小觑》,2005年2月8日《中国教育报》。

院，一辟谣带火了光子嫩肤的行当，这就是明星的号召力，也是现实市场经济下艺术明星所产生的经济效果。而这一切无疑来自电影和电视艺术<sup>①</sup>。

这种种调查材料明明白白地告诉我们，建立电视艺术批评学科的现实性和迫切性。因而电视艺术批评不是书斋里的学问，也不是纯粹形而上的纯理论研究，它必须结合电视艺术的现实，必须具有针对性。其中对电视节目的解读、对各阶层观众的引导是它的不能回避的学术责任。

#### 四、电视艺术批评是被追赶的理论

被追赶，是指它的时效和发展迅速，是不断地被新出现的批评对象即艺术的新形式所追赶。这里面既有不断花样翻新的电视艺术形式以及采用艺术形式创造的各类节目，电视艺术批评要紧跟着实践的创作前进。另一方面，也包括与电视艺术相近又并非采用电视播出的艺术。比如在电视剧正在兴盛的时候，手机连续剧也出现了。电视艺术在成为新艺术的前辈，自己的理论却尚在成长之中，电视艺术批评已经产生了紧迫感。它既没有电影百年所积累和沉淀下的丰厚的理论基础和从容的挑选，同时又面临着新艺术的冲击，在电影艺术、电视艺术、网络艺术等相关的领域彼此消长，更增加了挑选性，同时也为电视艺术的批评提供了更大的比较的空间。

随着手机的普及和娱乐功能的不断完善，又一种新形态的娱乐产品手机连续剧已经引发了IT界、娱乐界和广大手机用户的热切关注，不少手机连续剧正在拍摄、制作中。由深圳数字鱼公司摄制的手机连续剧《大闹西游》目前已经面世，普通手机用户通过移动梦网下载到自己手机上即可观看。该剧是以《西游记》为蓝本改编的一部无厘头风格的喜剧动画，共120集，每集大约6分钟，分为三“闹”，很适合现代年轻人的口味，著名网络歌手香香演唱了主题歌<sup>②</sup>。

在国际上手机电影也在形成规模，在电影诞生地法国2005年10月9日的一个周末，为手机拍摄的电影举办了一场别开生面的“迷你电影节”。参赛影片类型林林总总，包括惊悚片、迷你肥皂剧、科幻片等。片长也不一而足，既有仅仅30秒的短片，也有标准长度的在罗马拍摄的完整故事片。大多数影片都展示了拍摄者的才华

① 黄殿琴：《语言叙述的新话题》，2004年9月23日《中国新闻出版报》。

② 云柳：《手机连续剧〈大闹西游〉面世》，2005年9月26日《人民日报海外版》。



和对手机摄影功能的充分利用,共计 90 部影片参赛。<sup>①</sup>

无独有偶,一部新加坡制作的手机连续剧不久将向全世界众多手机用户播放。作品的名字叫《POV 谋杀》,这是亚洲第一部为第三代手机制作的英语连续剧,被欧洲一家主要的无线内容提供商购得。这部连续剧共 20 集,每集一分钟,在 8 月份首次亮相。这是新加坡本国公司的产品,由新加坡当地的演员主演,讲述了两个朋友在网络摄像头中目睹一起谋杀案之后设法将凶手抓获的故事。2005 年 6 月,参与编剧并导演了这部惊悚片的克里斯·哈顿将这部作品带到了伦敦移动娱乐市场,这是一个移动内容提供商和投资者一年一度集会的场所<sup>②</sup>。这说明手机艺术已经走向市场,未来会如何发展尚待观察。手机电影和连续剧给人们带来了欣赏的便利和娱乐,同时也把艺术理论问题提到日程之中。总之进入新世纪以后,电视艺术已经不是最新的和唯一的现代传播手段,随着网络的兴起,新的艺术品类在不断出现,以前是单纯的通讯工具的手机也已经承载起传播艺术的功能。

### 五、电视艺术批评是引领消费的学科

介入消费领域是电视艺术批评的一个特色,也是传统学科尽力回避的一个话题。理论应当和消费、市场有一定的距离,以保持理论的清醒,但是电视艺术批评因为自身的研究对象的市场性和消费性,则必须负起引领消费的责任,因此它必须和文化消费有着某种近距离的联系。文化消费已经不是一个陌生的话题,进入新世纪以来我国文化消费已经成为个性化消费热点。截至目前,仅文化部门主管的文化娱乐业、音像业、演出业、艺术品经营业等门类的产业单位已达 22.3 万个,从业人员 91.9 万人,年上缴税金 20.2 亿元。我国图书出版单位 500 多家,出版业总资产达 700 亿元,年文化消费能力达到 5,500 亿元。有专家认为,我国潜在的年文化消费能力在 3 万亿元以上。

从社会阶层的文化消费特点来看,时下中国城市文化消费的鲜明特征是知识智能性消费与娱乐消遣性消费并行。在城市居民的文化消费结构中,文化耐用消费品、教育消费占了较大比例。人们现在越来越追求生活的品位和非物质享受,使得文化消费支出比例加大,尤其在越来越大的城市白领之中,已经成为一个消费“热

<sup>①</sup> 《法国“手机电影”节别开生面》,2005 年 10 月 11 日《参考消息》,无作者。

<sup>②</sup> 《新加坡手机连续剧走向世界》,2005 年 11 月 16 日《参考消息》转[新加坡《海峡时报》11 月 8 日报道]题:新加坡手机剧《POV 谋杀》。

点领域”。我国每年各种文艺演出 40 多万场、电影 400 多万场。这其中最大的热点是电视艺术消费，而电视已经从每户一台上升到两人一台，从全家欣赏到个人欣赏，从随电视台播出的欣赏，到利用录像和光盘的主动欣赏，文化消费的状况超出了人们的预想，成为名副其实的伴侣性文化。文化消费还直接影响到了城市青年的消费习惯，改变了传统的生活模式。以过大年为例，传统过年多以物质享受为中心，美味佳肴是主要内容，而文化消费的影响使城市中的很多年轻家庭选择了在除夕夜去听新年音乐会，在丝竹管弦声中迎新年。

时下我国的乡村文化消费的鲜明特征是传统性消费与时尚性消费并行。在普及教育和乡村青年入城打工已经成为乡村普遍生存状态的当代话语环境之中，乡村文化受到城市时尚的引领已经成为现实，呈现出传统性消费与时尚性消费并行的特点。一方面因为老人和农村根基的存在，传统的文化消费如节庆的演戏、庙会活动仍然成为主体；另一方面由于商品经济的发达和年青一代经过城市文化熏陶，时尚性消费和知识智能性消费已经进入广大乡村。在文化消费之中电视艺术的消费已经成为生活中的一个部分。几乎每一个新组合的家庭第一要件的购置就是彩色电视机，为了精彩的电视艺术节目，可以放弃庙会之中热闹的传统戏台，可以放弃一些不必要的聚会。从娱乐消费来看，40 岁以下的一代中坚已经被城市文化和电视艺术引领，看电视剧欣赏电视演唱会的兴趣远远高于对于传统戏曲的兴趣。现实生产条件之中，电视艺术伴随着他们的业余生活是无可替代的文化消费。在全社会普遍重视教育的社会环境下，乡村之中知识智能性的消费也完全超出了人们对于乡村的固有想象，从子女的幼儿起，与启智有关的语言类、艺术类的消费便随之而来，因而启智性的电视艺术节目和娱乐性的儿童节目在乡村文化消费中占有很大的比例。这种文化消费很大程度上已经缩小了城乡之间的文化差距，形成了城乡一体化的电视艺术消费现状。因此有关人士认为，中国文化也正在从审美文化向娱乐文化转型，从精英文化向大众文化转型，从阶层文化向泛大众文化转型。<sup>①</sup>

以现代信息传播和复制技术为手段的电视艺术，已经超越了都市消费的限制，成为城乡共赏的大众消费对象。它的生产、流通、传播、消费既受市场规律的支配，也受到消费者目的性的选择要求支配。而这一切都需要电视艺术批评的介入。中国

<sup>①</sup> 张秀娟、毕玮琳：《文化消费异军突起》，2005 年 11 月 17 日《参考消息》。

电视艺术的历史从 1958 年开始,跨过了新世纪,已有了近 50 年的历史,对于电视艺术已经有了固定的社会需求,电视艺术批评从电视艺术诞生的第一天起,便如影随形,口头的表达和媒体的发表相辅相成,促进了电视艺术的发展,强化了电视艺术的影响力,从某种程度上可以说电视艺术批评的广泛程度与激烈程度,是一种电视艺术是否成功或具有影响力的表现。因而,电视艺术批评虽然没有电视创作和电视欣赏的轰动性和随意性,但是却有着自己独特的功能和普及性。

## 第二节 电视艺术批评的性质

### 一、电视艺术批评是一种艺术科学

电视艺术批评是一种艺术科学,它有科学和艺术的双重性质。科学重在理性思维,电视艺术是它的观照对象。恩格斯指出:“一个民族要想站在科学的最高峰,就一刻也不能没有理论思维”<sup>①</sup>。在电视艺术创作蓬勃发展、电视艺术欣赏成为社会生活有机组成部分的状态下,提倡大力发展电视艺术批评,提倡理性判断,透过电视艺术声、光、色的绚丽,理性地分析电视艺术的本质,是促进电视艺术健康发展的需要,也是电视艺术学科独立发展的需要。科学批评和理性思维要有自己的逻辑性和可验证性,它摒弃对于批评对象的情绪化和个人化,当一种批评对象确立的时候,科学评价它的价值就需要有可操作的价值标准和体系,因而电视艺术批评本身要坚持理性、公正和可验证性。

作为学科的电视艺术批评要体现科学的特点,它必须有自己的观点,有翔实材料,有慎重的论证,有严密的逻辑推理和明确的结论,它可以是整体的批评,也可以是分类的批评。但是它不是艺术创作,也不是简单的欣赏。区别在于,艺术创作重在实践性,情感性,艺术创作和艺术欣赏中感情是作为主导的,艺术之可贵就在于以情感人,以美醉人,表现人生,体味人生,而电视艺术批评则首重理性,要跳出情感的包围和个人的好恶,冷静地去思考并反复地论证。因而,电视艺术批评是创作和欣赏的逆向运动。

<sup>①</sup> 《自然辩证法》,见《马克思恩格斯选集》第 3 卷第 467 页,人民出版社 1972 年版。

另一方面，电视艺术批评毕竟是对艺术现象的批评，而艺术本身是以情感人的，它缺少严整的数据系统，灵活度很强，因人而异，因而电视艺术批评本身也被它的对象染上了艺术的特质——情感化。甚至可以说电视艺术批评本身也是一门艺术。注意到电视艺术批评这种双重的性格，也就有意识地提高理性的高度，避免过度情感化而带来的失真失真，同时又要将艺术的感染力传达出来，避免冷冰冰的缺少情感的符号化和公式化。

因而进行电视艺术的研究不是孤立进行的。由于电视艺术的媒体性质，凡是与艺术有关的内容都可以通过电视来改造、来传达，使之成为电视艺术的一个部分。因而进行电视艺术批评必须有关于中国艺术的全面的积累，无论是悠长的历史文化，还是丰富而华美的当代艺术，不论是质朴古拙、抽象虚灵的彩陶、青铜，还是恢宏博大、容纳万有的历代辞赋，这一切随着电视艺术领域的开拓，都会纳入它的表现视野。因而对于电视艺术研究是一个无尽的话题，本书在对电视艺术的展开中，对通行的各门艺术进行了深入的介绍：电视综艺、电视专题片、艺术访谈、电视剧、电视问答和展示、电视舞蹈、电视文学、电视戏曲、动画、游戏等艺术形式会在本书中陆续出现。而其背后所有的文化蕴涵和审美追求将是理论批评的重点。或许由于这个空间很大，难以顾及到纵深，但是电视艺术批评是执著地向着这个纵深上下求索的。电视艺术批评要体现研究的特点，研究要有新的发现，应当有不断产生的新的视角，能够为受众呈现理解艺术和文化的不同言说方式，能够从艺术到文化的不断推进中，从广阔的视角讲解电视艺术的特性，并从电视艺术的展开中去体悟文化的精神。

电视艺术批评要传达一种情感，也要传达一个理念，要通过一项艺术的批评令受众产生理论的询问，要从单一的电视艺术种类而进入到文化之中的电视艺术之中，还要激起对于该艺术欣赏的欲望和激情。要探讨一种艺术所采取的表达形式和审美追求，既要让受众在自以为熟悉的地方看到新奇，在平易之中发现瑰宝，也要使受众在电视艺术的宏观视野中，得到陶冶。

## 二、电视艺术批评与当代艺术视点

电视艺术是当代的艺术，电视艺术批评也必须有当代艺术的视点，艺术在一定程度上说是在一定历史时期内由作品、传播方式、评价体系共同构成和认定的。艺