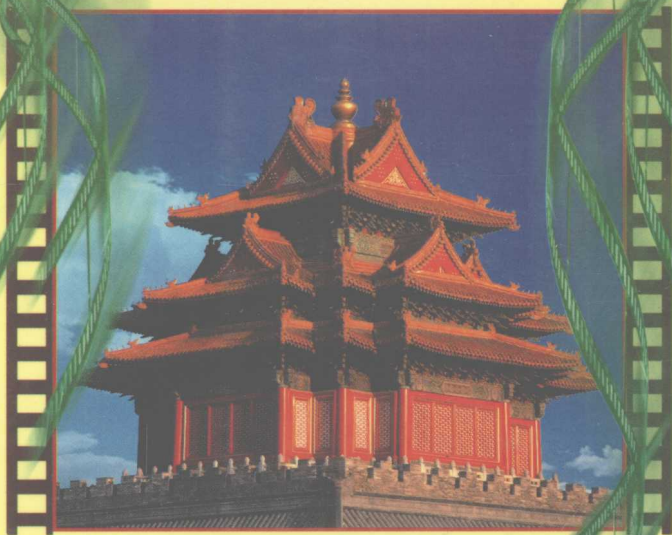


主编 / 高 鑫 副主编 / 徐 志



北京市哲学社会科学“九五”规划重大科研项目

跨世纪的 北京影视文化

北京师范大学出版社

北京市哲学社会科学“九五”规划重大科研项目

KUASHIJI DE BEIJING YINGSHI WENHUA

跨世纪的北京影视文化



主 编

高 鑫

副主编

徐 志

北京师范大学出版社

2000·北京

图书在版编目(CIP)数据

跨世纪的北京影视文化/高鑫主编. —北京:北京师范大学出版社, 2000. 11
北京市哲学社会科学“九五”规划重大科研项目
ISBN 7-303-05544-4

I. 跨… II. 高… III. ①电影-文化-专题研究-北京市②电视-文化-专题研究-北京市 IV. J90

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 55624 号

北京师范大学出版社出版发行
(北京新街口外大街 19 号 邮政编码:100875)

出版人:常汝吉

北京师范大学印刷厂印刷 全国新华书店经销

开本:850mm×1 168mm 1/32 印张:14.625 字数:366 千字

2000 年 11 月第 1 版 2000 年 11 月第 1 次印刷

印数:1~1 000 定价:20.00 元

主 编

高 鑫

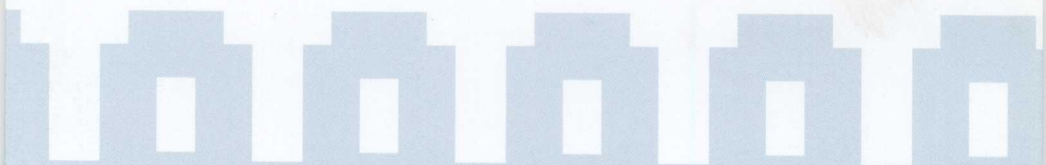
副主编

徐 志

撰稿人

(依章为序)

高 鑫	胡智锋	周 文
张群力	祁景莹	高文曦
徐 志	吴秋雅	董瑞峰
黄式宪	李献文	冷述美



序 言

◎ 高 鑫 ◎

新时代的钟声，即将敲响。

历史的车轮，即将跨入一个全新的世纪。

21 世纪，那是一个怎样迷人的世界啊！

听吧，学术界、舆论界、传媒界，早已长篇累牍地对 21 世纪做出了充满了诱惑力的、颇为迷人的科学预言。

看吧，政治、经济、文化、科技都在做着充分的准备，以便迈着坚定的豪迈的步伐跨入 21 世纪。

那么影视文化呢？那么北京的影视文化呢？该以怎样的姿态跨入 21 世纪呢？

——这，便是本书将要探讨的重要理论课题。

A. 时 代

19 世纪，伴随着工业技术的发展，人类进入了“电力时代”。电力科学，催生出了“电影”这种魔幻艺术，使活动照相成为现实存在，从而，使得人类生活在“电影文化”的时期。电影艺术立即占领了人们的精神文化领域，构成了人类文明的重要标志。

20 世纪，伴随着电子科学的飞速发展，人类已步入了“电子时代”。正是这电子技术，又将人类带进了“电视文化”的新时期。电视，已经完全介入了人们的日常生活，成为人们生活中须臾不可缺少的重要组成部分，几乎和人们的衣、食、住、行处于同等重要的地位。人们简直不能想象，没有电视机的日子可该怎么过呢？

21 世纪呢？人们即将跨入的 21 世纪是一个怎样的时代呢？在那样一个全新的时代又会产生出什么样的文化形态呢？依据不同的时代，依据不同时代必将产生不同的文化这一客观规律，我们可以完全断言：伴随着科学技术的进一步发展，21 世纪人类将跨入“多媒体时代”；21 世纪人类将生活在“网上文化”时期。

有人说：“人脑 + 电脑 + 网络 = 21 世纪。”

据预测，到 2000 年，全球将拥有 1 亿台电脑和 1 000 万电脑网络与互联网连结，互联网用户将从目前的近 6 000 万猛增到 5 亿。从而，使得人类真正进入一个多媒体的时代。

多媒体的迅速崛起，标志着一次新的信息革命已经到来。多媒体可以将研究机构、大学、企业、政府等等与家庭建立起庞大的信息网络，每一台电脑都可以成为网络的成员。

多媒体的发展，正在促发一场新的技术革命——数字化信息革命。这场信息革命，区别于以往任何一次信息革命，其最突出的特点就是“数字化”。即用两位数字“0”和“1”来表达、传输一切信息。恰如美国未来学家尼古拉·庞帝所说：“‘数字化’关系着人类未来的生存。”（〔美〕尼古拉·庞帝：《数字化

生存》，第 104 页）

数字化可以通过“对话”交流方式，实现双向交流，用户可以根据自己的需要选择各种信息，并能为多媒体提供信息。于是，数字化成了信息科学技术的锐利武器，它无所不在：数字图表、数字电话、数字电视、数字广播、数字控制、数字计算机以及数字系统网络等。数字化和多媒体，将从根本上改变人类的生存状态。

生产：

人类经历了数千年的男耕女织的“分散劳动”；继而又经历了几百年以大机器为中心的工厂式“集中劳动”；人类进入多媒体的时代，将再一次使人们走向更高层次的“分散劳动”。

多媒体的时代，将把制造技术从“自动化”推向“信息化”阶段。如果说自动化是大批量、单一产品的生产的话，那么，信息化将是小批量、多品种的生产活动，并将生活过程非物质化、生产车间无人化。将有越来越多的人，凭着一台联网的多媒体电脑在家里上班。

经济：

21 世纪的经济，将从“工业经济”转向“知识经济”。第一次技术大革命，机械力代替人力或兽力；21 世纪的信息和自动化新技术，则将代替人的劳动。

据预测，仅 21 世纪的第一个十年，社会所需的工人及服务人员将减少一半。市场革命，还将涉及人类文明本身，工业革命结束了奴隶制和农奴制，信息时代，将结束普通的劳动工资制度。

社会：

21 世纪，以数字革命为先导的整体经济将发生一场新的革命，人类社会也必将发生一次新的社会转型。人类的生活方式，将从“为养活自己而工作”转化为“实现自我发展和自我满足的一种需要”而工作。

21 世纪，借助多媒体，人们的年劳动时间将缩短到 1 000 小时左右。也就是说，每周工作尚不足 3 天，从而使得人类的休息时间多于工作时间。

政治：

我国已在 1999 年全面启动“政府上网工程”，或称 1999 年为“政府上网年”。到 2000 年，我国 80% 以上的部委将在 163/169 网上设立网点。北京市又先行一步，计划到 1999 年 9 月底以前基本实现市国家机关全部走上因特网。届时，一个“网上政府”将出现在老百姓面前。长期以来，政府部门掌握着社会信息资源中的 80% 有价值的信息，3 000 多个数据库。“网上政府”出现后，拉近了政府和百姓的距离，又开启了一个人们参政议政的窗口，并将促进政府机关的自身建设。

文化：

21 世纪，在多媒体网络中，则会出现电子报纸、电子杂志、电子影院、电子图书馆……各种文化形态在多媒体网络中是应有尽有，调阅便捷。就拿电子报刊来说，用户可以方便地阅读自己感兴趣的报刊，必要时也可打印输出。目前，上 Internet 网的世界报刊已有 8 000 多种。

教育：

多媒体的时代，将带来一种崭新的非同步远程教育模式。教学将不再受到时间和空间的限制。所有教学用的文字、声音和图像，都以数字的形式存储在世界各地学校的网络中，学生只要接入网络，就可以通过电脑向教师提问，与学生交流。届时，学生面对的是全世界最优秀的教师，而教室就在家中。

购物：

21 世纪，许多超级市场，都将采取新的购物方式——网上购物。顾客只要按照超市的网址进入采购系统，所有的购物类型就会尽收眼底，顾客可以利用电子货币订购所需货物，过不了多久，商店就会送货上门。购物时，也不再使用硬通货、纸币和金卡，只用具有高效率和安全感的电子货币即可。

这，便是多媒体时代——一幅绚丽的时代图画。

那么，在信息多媒体时代，将会产生什么样的文化形态呢？

B. 文 化

文化，与它所处的时代密切相关，不同的时代，必然产生与其相适应的文化形态。正如新石器时期，产生了新石器文化；青铜器时期，产生了青铜器文化；电子时代，产生了电视文化一样，当人类步入 21 世纪的“多媒体”时代，也必会产生与其相适应的“网上文化”。

20 世纪初，随着现代化科学技术的发明和应用，资本开

始大量侵入文化领域，催生以一种以工业生产方式创作文化产品的行业——文化工业。它作为一种独特的文化现象，导致了文化的商品化和消费化。随着历史将步入 21 世纪，人类进入多媒体的时代以后，必将生活在“网上文化”时期，这种独特的文化形态，必将为人类带来社会机制、文化结构的变化，必将对人们的思维方式、意识形态带来巨大影响。

网上文化，是一种崭新的文化现象，特别是出现了收音机、留声机、电视机、VCD 影碟、多媒体电脑……之后，便出现一种复制文化，使得文学艺术作品出现了质的变化——艺术品不再是一次性存在，而是可以批量生产的。这就使艺术品，由为少数人而变作为多数人欣喜，这是文化的革命和解放。

网上文化，是一种全新的文化形态，因此具有不同以往任何时代的文化特征。

商业化：

商业化，是世纪经济发展的主要趋势，其重要的标志是跨国公司的兴起和发展。1997 年 12 月 9 日《参考消息》头版转载的《香港虎报》的文章中指出：“21 世纪的地域政府领袖，既不是国家元首，也不是将军，而是跨国公司的总裁和国际货币经营者。”

当今社会，似乎一切都已商品化了。就是文学艺术形态也都纳入了商业文化之中。文化生产与经济生产日益结合，文化商品化了，商品也文化化了。因此，对文化进行分析，就不得不考虑商品生产的逻辑。

技术化：

新的交流技术飞速地发展：电影、无线电、电视、录音、录像、磁带、录像机、影碟、电脑、传真机、电子信箱、互联网等等。这些传媒技术的发展，彻底改变了人们的生存方式——从书籍时代，转化到电子时代，再转化到多媒体时代。在网络时代任何一位入网者都可占有一个庞大的、不连贯的多媒体的数据库。从而使得“网人”获得一种充分的自由感和巨大的创造性，在电脑空间里创造出不断变化的新的集合形式。这种网上的“自由王国”，自然来源于技术生产的方式。

消费化：

资本运作，强化了文化的消费意识。文化的消费化，使人失去原有的主体性，无意识地变成消费主体。由此，一切文化产品也就打上商品生产的印记，不可避免地进入商品生产的流程。既然文化都商品化了，那么，文化产品必然会变成大众可以消费的产品，变成所谓“迎合大众趣味”的商品化的消费品。

全球化：

《人民日报》观察家的文章说：“世界经济的一体化和区域化近年来不断发展，中国经济已经成为世界经济的重要组成部分，中国和各国的经济日益互相依存，互相渗透，你中有我，我中有你。举例来说……从中国的累计实际总额已达1354亿美元。”（《谈防冷战思维》，载《人民日报》，1996年1月）这种资本全球化和信息传播的全球化，将把整个世界融为一体，必将导致新的社会和文化革命。这样，任何一个国家都不能脱离与其他国

家的关系而存在。同样，文化也不能孤立地发展，任何一种文化离开了与其他文化的联系也无法自行界定。

网上文化，是文化与经济相互渗透的人类文明现象。文化与经济的结合，绝不是文化的堕落，而是文化的进步。所以，当务之急是迅速转变观念，尽快生产网上产品，以更多更好的文化产品占领市场。随着市场经济体制和法制建设的进一步完善，随着文化建设高潮的到来，我国的网上文化一定会有大的飞跃。

C. 影视文化

当历史进入一个多媒体时代之后，生活在网络文化时期，影视艺术又会发生哪些变化呢？

历史的经验告诉我们：科学的发展，必然给影视艺术制作提供前所未有的可能性，开拓影视艺术创作的新思路、新手法、新样式。这是因为，影视艺术本来就是科学技术的产物，没有先进的科学技术，也就不可能有影视艺术。

电影，首先是作为技术而存在的。当今，科学技术日新月异，在电影制片和观赏的所有领域全面运用。所以，我们不得不面对的是三维动画、数码录音、数字成像、数码复制等一系列科学新技术。正是这些技术，不仅让我们看到了《勇敢人的游戏》、《玩具总动员》、《未来水世界》、《龙卷风》、《泰坦尼克号》等高科技制作的影片，自然也就改变了人们的审美方式。

此外，由于科学技术的飞速发展，现在不仅可以通过光盘

坐在家里看电影，甚至可以通过多媒体网络，欣赏到美国好莱坞的数百部经典影片，看到最新的电影海报、电影连环画，还可以听到影片的原版录音，或玩一把根据几十部影片改缩的影片游戏。

电影技术上的进步，不仅威胁到传统的电影理论，而且威胁到知识分子的人文理想和终极价值。法兰克福学派重要代表人物沃尔特·本雅明早在工业文明时期就说：“在机械复制时代萎缩的东西是艺术作品的韵味。”（〔法〕沃尔特·本雅明：《技术复制时代的艺术作品》）如今，在数字化时代，在光盘式“百科全书”把文本之间的界限摧毁殆尽的时刻，人们还能固守过去的审美观点，还能用老一套的评价标准来要求电影以及它的观众么？

高科技与电影的结合，是世界电影发展的潮流。一百年的电影历史证明，电影的发展靠的是科技进步，一个国家的电影制作水平，也反映出其科技发展的水平。比如，美国电影，就是靠高科技赋予了新的艺术生命，甚至使其起死回生，并吸引了世界的大量观众。

世界电视也正在由模拟技术向数字技术转变，由单媒体技术向多媒体技术全面发展，这是不可逆转的世界大趋势。

模拟电视和数字电视，接收的都是从电视台发出的模拟信号，各种各样的干扰信号与正常电视信号混杂在一起，电视机无法分辨，从而使图像和声音性能受损：图像，表现为模糊、雪花点、干扰多；声音，表现的失真、噪音等。而全数字化电视从电视台发出的就是数字信号，用“0”和“1”来表示信号，干扰信号只能使“1”码的幅度增大，并不能把“1”码变

为“0”码，所以抗干扰性大大增加，彩电内部的所有信号处理电路全部使用数字处理，这就是现在的全数字彩电。

据报载：英国天宇广播公司卫星数字电视业务，将提供140个数字电视频道和50多个数字音乐广播频道。美国四家主要电视网：哥伦比亚广播公司（CBS）、全国广播公司（MBC）、美国广播公司（ABC）和福布斯广播公司（FOX）下属的26家地方电视台，也将开始数字广播。美国的模拟电视，将于2006年全部退出历史舞台。

电视的新技术，仍在不断的研制之中。

壁挂式电视：它将采用“等离子显示屏”或“液晶显示”技术。因而，它与普通显像管电视机的最大区别在于机身超薄和图像更清晰。日本索尼和夏普计划2000年将其推向市场，佳能和JDC也计划2003年使之正式问世。

眼镜电视：人们可以随时在一副普通眼镜内欣赏自己喜爱的电视节目。眼镜片将是一种特殊的液晶屏，它能根据双眼的习惯焦距产生图像，而不是紧贴眼睛造成压迫感。此项新技术，预计将于2001年问世。

手表电视：科学家发明了一种最新的显示技术，称为“LEP”。它是日本的三洋公司和美国一家公司联合开发的，能够生产出一种耗电量极低，重量极轻的显示器，只要装在手表里，就可以观赏电视节目。

网上杂志：由中国文联主办的“中国文联网”中的“杂志走廊”栏目，仅影视杂志就汇集了《中国银幕》、《环球银幕画刊》、《当代电视》、《上影画报》、《影视圈》、《剧本》等。此

外，这一网站还开设了“流行乐坛”、“文艺欣赏”、“节目指南”、“艺术名人”、“图书导购”等栏目，为各界人士提供全面的服务。

电脑剧：继电子报纸、电子杂志、电脑购物等出现之后，当今又出现了新的电脑项目——电脑剧。第一部电脑剧名为《地点》。它是一部以家庭主妇为主要收视对象的爱情生活剧。主要讲述了七个年轻人的经历，其中有快乐，也有悲伤，还有冒险。据说，已有 50 多个国家的用户通过电脑邮件，表示欢迎电脑剧。电脑剧与电视剧不同，电脑剧的观众可以随时调阅演员的背景资料以及剧情介绍，新的电脑观众可以查看以前的剧情，观众还可以通过电脑邮件与他们喜欢的角色保持联系，探讨角色以外的各种各样的事情。电脑剧的观众不仅是欣赏者，而且还可以是积极的参与者，这是电脑剧的最大优势。

D. 北京影视文化

现在，在多媒体时代——网络文化——影视艺术的文化大背景下，我们来集中审视北京的影视文化。

北京，是我国的首都，更是我国的文化艺术中心。当然，也是我国影视文化中心。

这里，有国家级电视台——中央电视台。据 1997 年统计，我国已拥有电视机近 3 亿台，中央电视台已开辟 8 个频道，每天自制节目达到了 50 小时，自办节目达到 70 小时左右。它统领着全国电视文化的发展和走向，80 年代初，可谓电视文艺

热，推出了“春节联欢晚会”和优秀电视综艺栏目《正大综艺》、《综艺大观》以及《西厢记》、《红楼梦》等优秀电视剧；80年代末，可谓电视纪实热，推出了大量的优秀电视纪实作品，如《望长城》、《远在北京的家》、《最后的山神》、《龙脊》等优秀电视纪录片；90年代初，则出现了电视新闻热，推出了《东方时空》、《焦点访谈》、《新闻调查》等优秀新闻栏目。此外，还制作了大量在全国造成深远影响的《毛泽东》、《邓小平》、《周恩来》等优秀文献纪录片。

这里，还有“一台之下，千台之上”的首都电视台——北京电视台，它已制作了在全国产生巨大影响的电视剧：《四世同堂》、《凯旋在子夜》、《便衣警察》、《渴望》、《编辑部的故事》、《北京人在纽约》等。近年来，又推出许多贴近社会、贴近百姓、贴近生活的新闻栏目，如《北京特快》、《今日话题》、《点点工作室》、《元元说话》等，受到了北京百姓的热烈欢迎，直接体现着北京电视文化景观。

这里，还有国家教委电视台——中国教育电视台。它制作了大量的科学教育电视节目，在文化教育界影响深远。

以上这些地处北京的电视台，它们制作的电视节目自然会在全国的电视文化中起着重要的导向作用。

北京，就其电影艺术来说，这里有北京电影制片厂、北京青年电影制片厂、八一电影制片厂，此外还有紫禁城影业公司。前者的电影制品，曾在北京，乃至全国电影观众中产生过重要影响，而后者紫禁城影业公司，却又可以称之为北京电影界的后起之秀，他们拍摄的第一部作品《离开雷锋的日子》，