

刘隆民 著

电视美学



文化艺术出版社

电 视 美 学

——电视艺术的美及其审美活动

刘隆民 著

文化艺术出版社

/

电 视 美 学

——电视艺术的美及其审美活动

刘隆民 著

*

文化艺术出版社出版

(北京前海西街17号)

新华书店北京发行所经销

北京顺义兴华印刷厂印刷

*

开本850×1168毫米1/32 印张6.25 字数141,000

1990年10月北京第1版 1990年10月北京第1次印刷

印数 0,001—3,500册

ISBN 7-5039-0548-4/J·164

定价: 3.10元

前 言

电视作为一种划时代的传达媒介，已步入了人类生存和发展的一切领域，科技、教育、文化等等，通通都被它网罗进去。不仅如此，它所涉足的所有领域，都因它而发生了深刻变化。

历史悠久的艺术系统在不可抗拒的电视冲击波中发生了异常明显的裂变，并诞生了与电视传媒相应的新的形态——电视艺术。这是一门具有新的结构框架、新的表达语言、新的创作方式和具有相应鉴赏特征的艺术。它不仅闪耀着新技术革命之光焰，从先进的传达媒介中获得了自由，而且实现了当代艺术最高层次的异质同化。

经历了半个世纪的发展，电视艺术已经从模仿戏剧和电影的幼年时期，进入了自立门户的具有鲜明个性的阶段。他不仅逐步进入了电传媒介所网罗的每一个家庭，赢得了人们普遍的青睐，成为人们生活中不可缺少的第二自然，而且已经荣耀地登上了艺术的圣殿，成为各门艺术羡慕和妒嫉的第九艺术。

这个威力无限的魔影进入中国大地已三十个春秋。在这而立之年它已显得多姿多彩，并逐步成熟。但很遗憾，人们天天同它耳濡目染，形影相随，但对它的美的理性认识却显得很不够，从美的角度作系统的思考就更为欠缺。电视艺术的审美本质是什么，它具有怎样的审美特征？人们怎样创造、传达和鉴赏它？它又怎样进行反馈？本书拟从门类美学的角度，并联系哲学、伦理学、社会学

和传播学的某些内容,对电视艺术的这些方面进行粗浅探讨。

在本书撰写过程中,努力借鉴了近年来艺术研究中的某些成果,参阅了电视艺术评论家、编辑、导演、美工和摄影工作者的文章。但是,由于电视艺术理论研究与电视艺术生产极不平衡,可借鉴和参考的资料不多,尤其是作者本人主要从事传统艺术理论和美学理论的教学工作,对新兴的电视艺术的认识和把握很肤浅,因此,本书的论证必然存在着很多偏颇、疏漏、甚至错误,衷心敬请专家学者批评指正。

应该特别指出的是,在本书的修改过程中,文化艺术出版社和责任编辑禹燕同志矫正了本书论述上的一些很关键的问题,作者不胜感激并在此鸣谢!

刘隆民

1988.5

目 录

前 言	1
第一章 时空、意识、历史：电视艺术的审美本质	1
一、独特的映像时空和审美意识	1
1. 多信类传输中的家庭映像	2
2. 小群体的审美经验和缩短了的心理距离	7
3. 具有兼容性的独立艺术及其门类	13
二、审美本质归因	22
1. 艺术体裁系统发展的必然结果	23
2. 适应了社会心理的发展	28
第二章 内容、形式、风格：电视艺术的审美特征	36
一、屏幕形象的内在美	36
1. 陌生性情节	37
2. 主导演员形象	41
3. 善的光芒	48
二、屏幕形象的外在美	55
1. 电视性景别和背景	56
2. 电视性体裁	63
3. 电视性结构	68
三、屏幕形象的风格美	74
1. 电视艺术的调子	74

2. 电视艺术的样式	81
3. 电视艺术的民族特色	90
第三章 创造、再传达、鉴赏、反馈：电视艺术的审美活动	98
一、审美创造活动	98
1. 用电视的眼光选择电视性原初信息	99
2. 结合媒介特征的孕育	107
3. 按美的规律传达	116
二、审美再传达活动	130
1. 再传达群及其再传达活动	130
2. 再传达活动的对象——家庭观众	143
3. 再传达与接受的特征	151
三、审美鉴赏活动	156
1. 视听结合的审美感知	157
2. 充满情感的由一到多	164
3. 鉴赏中的情理活动	172
四、审美反馈活动	179
1. 审美反馈的来复关系	179
2. 实现来复关系的中介——电视艺术评论	183
结语	190

第一章 时空、意识、历史： 电视艺术的审美本质

探讨电视艺术的审美本质，是研究电视艺术的屏幕形象美及其审美活动的逻辑起点。

电视艺术的审美本质是艺术审美本质的子系统，两者具有共性；但作为一门独立的艺术，又必有把握世界的独特规律，具有它与众不同的个性。探讨它的审美本质，虽然不能截然离开共性，但重点则是对它独特个性的讨论。

同时，马克思多次提到，在研究的领域内只指出某事物是什么，是远远不够的，还必须指出为什么，才有利于全面了解该事物。因而，对电视艺术审美本质的把握，还必须从历史的发展的角度，在事物的纵横联系中进行归因。

一、独特的映像时空和审美意识

对象的审美本质既从客体表现出来，又从主体反映出来，是主客观的统一。正因为如此，审美对象本身的特性和与之相应的审美意识的特性，便成为研究审美本质不可缺少的两个方面。电视艺术的审美本质，必须而且也只有注目于这两个方面，并广泛联系艺术学、社会学、心理学、传播学和哲学等领域的有关内容，才有可能得到揭示。

电视艺术的特性,集中体现在它的传播时空上,即在多信类传输中的家庭映像;电视艺术的审美意识特性,集中体现在观众接受的心理和经验上,即缩短了心理距离的小群体审美经验。

电视艺术特性制约着电视观众审美意识的特性;然而审美意识又不是消极地只受到对象的规定,它的形成又极大地影响着对象特性的表现和发挥。两者相互作用,和谐统一。

1. 多信类传输中的家庭映像

1.1 多信类传输中映像

电的传达媒介产生之前,一切艺术传达都是纯艺术传达。18世纪下半期,科学技术革命结束了印刷传达的一统天下,人类一切群体或个人之间传递信息以交流思想的“亚细亚”方式,被统一输送各种信息的群体化方式迅速取代了。报纸、广播、电影等在同一时刻把同一信息传输给千千万万的读者、听众和观众。同时,在一种传输系统内,把各种异类信息,经过精心编排,相互交叉地在一个规定的时间带上传输给对象的多信类传输方式,形成了备受欢迎的浪潮。这种多信类传输的最大特征,就是把艺术信息和非艺术信息组织在一个传输结构内,实现了艺术与非艺术的混合传达。

电视是多信类传输的典型方式和突出代表。它既声形并举地传输艺术信息和非艺术信息,更把这种混和传达固定化。广播剧虽然也固定在非艺术节目中播出,但只作用于人的听觉;小说、诗歌虽然也定期在报纸的副刊登载,但又只作用于人的视觉。而且语言艺术输出的代表形式依然是纯艺术传达;电影在正片开映之前,可能偶尔放映一点纪录片,但这种即使是偶尔的情况,也因遭到观众的反面而趋于消逝。唯有电视艺术不仅全面地延伸了人的视听器官,而且固定地夹在新闻、专题、广告等节目中映像。有时在一

部多集电视艺术作品的两集衔接处,也往往插入若干非艺术信息。甚至在一部电视艺术作品播映过程中,也要插入少许的广告。即使是某些国家的商业性电视台,“想使媒体能成为普遍接受的商业利益,必然会以提供娱乐来作为一项中和的策略。”^①因此,在多信类传输中映像,这是电视艺术有别于当代任何艺术的独特本质。

电视传输把听觉文化与视觉文化结合在一起,即把印刷艺术、广播艺术和电影艺术经过科技的综合集于一身,这是传播媒介混合的结果。马歇尔·麦克卢汉在《传播工具新论》一书中深刻地说明:“两种传播工具的会合或混合,便是一个信任及新经验的时刻,新的形式即在此一刻诞生。这两种传播工具会同时把我们投入该两种传播工具交界的地方,使我们从水仙少年式的昏醉中突然醒悟过来。传播工具会合的那一时刻是一个自由的时刻,从这一时刻开始,我们便可以从知觉麻木的情况重获自由。”^②电视艺术信息在这种混合媒介的传输中映像,其内容和形式都受到了深刻的影响,形成独特的个性,并逐步改变了人的审美观念。对此只须稍作考察便可证明。

电视艺术在多信类传输中映像,之所以能引起审美意识的改变,其最根本的原因在于电视艺术映像的独特时间。在一套电视节目的物理时间带上,有性质完全不同的各种节目,电视艺术的屏幕形象在这个时间带的某一段上映现。在它之前播映的非艺术节目,不论是天气预报、广告、新闻、科技知识还是生活典型的再现,都会因其直观性而强烈地刺激观众,并留下深刻印象。巴甫洛夫证明过,人们感知过的事物,在事过之后并不立即消逝,而在大脑皮层上形成暂时的神经联系,以痕迹的形式保持在头脑中,影响着对

① 宣伟伯:《传播、讯息与人》,中国展望出版社,1985年版,第264页。

② 麦克卢汉:《传播工具新论》,台湾巨流图书公司,1978年版,第23页。

紧接着的下一个事物的认识,感受和体验。电视观众在连续收看的过程中,非艺术节目的记忆留存,异常深刻地影响着对电视艺术形象的鉴赏。他们在感受和体验屏幕艺术形象时,总是受到上一节目的记忆留存的干扰,或者不能迅速进入作品的规定情境;或者进入此境以后,作品中的某一细节引起了记忆留存的复现。更重要的还在于:电视的非艺术节目基本上都是生活典型。它们在现实生活中是无序的分散的,不易引起注意,电视工作者把这些发生在不同时间内的事件搬上屏幕,而且集中在连续的时间带上播映,这就给观众提供了一个生活典型的世界。这个世界以它的集中性和突出性,深化了观众对现实的理解,并影响乃至形成了新的审美意识,比如要求艺术形象更逼近生活真实,崇尚更具有现实性的作品,希望加快外部和内部节奏,等等。

1.2 家庭中动态映像

电视艺术信息既实现了统一的大规模的群体化传输,同时又实现了非群体化的家庭动态映象。这是电视艺术的又一本质特征。

迄今为止,电视艺术是唯一进入家庭的动态映像艺术。其他艺术虽然也有进入家庭的,如绘画、小说、音乐和雕塑等,但并不具有动态形象的性质;表演艺术、电影艺术和戏剧艺术,虽具有动态的形象,但又不可能具有家庭性。它们要进入家庭必须以电视艺术的传达媒介为媒介;而且由于它们的生产目的本来就不是在家庭播映,因而即使进入家庭,也必然失去它的部分魅力。如果改变它原来的生产目的而使之适于家庭,它们又不自觉地变成电视艺术了。

电视艺术进入家庭是物质生产所制约的精神生产发展的必然结果。工业文明以来,艺术从个体活动变成集体活动。“我们甚至

在艺术中也发现了工厂的原则。在农业文明的长期统治中，音乐家、艺术家、作曲家和作家们，不是为一个主顾而献艺，就是往往日益陷入被扔到市场的怜悯和慈悲之中……当第二次浪潮光临世界时，音乐堂开始在伦敦、维也纳、巴黎和其它一些城市应运而生……大一些的音乐堂当然需要更大的音响效果，音乐要在远排座位上都能听得清楚，结果发生了从室内乐到交响乐的变革。”^①同时可容纳成千上万的室内剧场出现了，电影艺术也应运而生。与这种大规模集体化的艺术相对应的，是大规模的群体化的观赏方式遍及全世界，而且一直延续到20世纪初期电视艺术的诞生。电视艺术进入家庭，艺术传达媒介由有限的剧场影院猛地扩大为由成千上万个家庭所拥有的屏幕，观众也由成千上万一下子变成了以家庭为单位的观众群体，电视艺术因此而获得了极其鲜明的个性。

电视艺术的家庭性，从时空关系考察，乃是屏幕形象存在的外部独特空间的体现。审美实践证明，同一个艺术形象，其存在的外部空间不一，它的艺术感染力也不同。究其原因无非是艺术形象与周围的空间之间和艺术形象与欣赏者之间，能否达到相互作用并和谐统一，电视艺术独特的映像空间，是一种现实的环境，没有有意创造出来的欣赏氛围，再加上作为社会细胞的家庭成员及其相应的人际关系，使之既有别于影剧院和展览厅的欣赏，又有别于只能允许个人静静涉入而形成与现实环境暂时隔离的语言艺术欣赏。电视艺术映像空间的这一特征，形成了它独异的空间功能。

首先，电视艺术观众改变了传统的接受状态。大群体的关系松散的影院观众，变成了小群体的具有亲缘性的家庭观众。在观众的集中性相应地减少的同时，观众的接受状态和审美心理得到

① 阿尔温·托夫勒：《第三次浪潮》，生活·读书·新知三联书店，1983年版，第239页。

了改变。由于是在家庭观赏，观众接受艺术形象的过程就具有随意性。他们不象在影戏院中受到周围陌生观众的限制，呈现为默然无声的接受状态，而是随时同周围的观众进行任意交流。家庭环境能使观众随便一些，没有剧院那种紧张气氛。因此观众在剧院里有意识压抑住的那种感情就可以随心所欲地流露出来。电视观众也不象影剧观众那样，有购票、安排时间和远道进入剧院等一系列活动，从而使他们产生一种接受艺术形象的心理准备。并由于长期的文化积淀所形成的艺术观念，更容易渗透到这一准备阶段中，因而观众显得更容易接受艺术的幻化的表现。电视观众由于没有这样一个准备阶段，几乎是直接进入电视艺术作品的规定情境，因此对艺术作品中变形变色变态处理就要求比其它艺术更慎重。由电视艺术的家庭性所形成观众的接受状态和审美心理，反过来又规范和形成了电视艺术个性：真正的雅俗共赏，地道的老少咸宜，与众不同的情理结合方式，突出的现实主义的创作方法。

另外，由于电视艺术的家庭性，又限制了传媒的体积：屏幕不可能太大，所占空间必须是家庭能容许的。虽然也有特大屏幕出现，但用途不同，其生产的目的和屏幕的功能都已经变了：或者是为了科学研究，或者是为了让更多的人观看。这就完全改变了作为艺术传媒的电视屏幕的性质。因此小屏幕的审美媒介成了电视艺术审美本质的重要因素。“表面看来，电影银幕和电视屏幕，一个大一个小，似乎只是面积上的区别。其实不然，深入研究起来，可以引发一系列的艺术问题。我们知道，在银幕上塑造艺术形象和在屏幕上塑造艺术形象，这是两种不同的艺术创造。由于两者附丽的根据不同，所以从编剧到导演到其他艺术手段，在一系列艺术表现问题上都有所不同。”^① 由于“小”而规定了创作时的近距景

^① 王维超：《电视剧初探》，宝文堂书店，1983年版，第19页。

别；由于“小”，使电视性题材得以成立；也由于“小”，而形成了观众与艺术形象面对面交流的态势。总之，审美媒介的“小”，使电视艺术显微镜的审美本质因此而更突出了。

其次，电视艺术观众在大规模的多信道、多信类传输中实现了个人选择，获得了更多的自由。由于统一的单一的艺术信息具有强迫观众接受的性质，因此，电视艺术在发展中，迅速出现了若干个电视台同时播出若干电视艺术节目的方式。这种多信道的传输，使各种不同题材、主题、形式和各种风格流派的电视艺术信息布满天空。观众可以根据自己的审美爱好，自由选择收看，从统一的灌输中解放出来，在群体化中实现了非群体化，从而在高度的自由选择中变成了彻底自由的观众。他们可以跳过某些不喜欢的节目而选择收看其中的某一电视艺术作品。观众更可以中断收看某一作品，而转换频道收看与自己内心同构的艺术作品。他们不再象欣赏电影和戏剧那样，受到观众舆论和单一信源的限制，处在一种被压迫的境地观赏。电视观众选择的自由性，不仅以他们的看与不看毫无掩饰地对艺术作品进行直接的反馈，而且由于只有在倾心的和自愿的接受中才能进行再创造，因而就更有效地延伸了电视艺术家的创造工程——每个观众把自己最喜爱的作品选择出来，并自发地进行丰富的再创造。

2. 小群体的审美经验和缩短了的心理距离

2.1 电视观众的审美经验是小群体经验

在每一个欣赏空间内的电视观众的人数不多，这就形成了电视观众的又一个特征——小群体的审美经验。

小说、绘画等，提供的是单个人的经验。“即令在博物馆里也是如此，虽然在那里人们拥挤着去看同一幅画；虽然他们是和别人在

一起,但他们对每幅画的反应都是单个人的。”^①戏剧电影则相反,表现为一种集体的经验,观众具有一种集体的意识,并被一种集体的思想所支配。“一个人群的集合体表现出许多新的特征,非常不同于组成这个集体的那些单个人。集合在一起的集体中的所有人,他们的情绪和思想都是一致的,并朝着同一方向,而他们的个人意识消失了”,^②集体与个人在同一场合,面对同一对象,他们的体验和反映是截然不同的。

电视观众的审美经验间于集体经验和个人经验之间,是一种小群体经验。

所谓小群体经验,指这个小群体中的每个人的感觉、思想、行为,都同这个小群体的社会地位及群体内角色之间的关系等因素联系在一起,并受到它们的制约、影响。电视观众既不受观看影视剧时那种集体意识的强烈影响,又不完全是个体欣赏中那种孤独的陶醉。他们的经验兼有集体经验和个体经验的特征,并不倾向于某种经验的极端,具有比较中和的性质。艾·威尔逊教授曾在《戏剧经验》一书中指出:个别观赏时观众绝不高声叫好或拍掌欢呼,而集体观赏时,在情感较为统一的情况下就往往要发生上述情况。电视观众则间于两者之间,他们虽可能赞叹不已,但不会大声呼叫;也可能有行为表现,但不会热烈鼓掌。电视观众的经验既超过个人观赏又不及大规模的集体观赏的经验,而是规模不大的亲缘群体的意识,是他们的观念体系的表现,并为维护和维持这个群体的关系服务。

电视观众的小群体审美经验,首先表现在观众之间的亲缘性

① 艾·威尔逊:《论观众》,见《世界艺术与美学》第二辑,文化艺术出版社,1983年版,第278页。

② 同上。

上。电视观众与关系松散的影剧院观众不一样，其成员之间的关系或是夫妻儿女，或是兄弟姐妹。这种亲缘性使电视观众的交流偏重于积极的理性的认识，并避讳隐密的性爱的讨论。由于观众是老少同堂，相互之间具有更为突出的责任感。因此，他们往往针对屏幕形象中的某种情境，发出目的在于影响这一群体或该群体中某成员的言论。这些抒情和议论常常隐含着规劝训诫的性质。它既是屏幕形象所触引的不由自主地内在爆发，更是对周围亲缘观众的具有针对性的言语行为。它是表面无意其实有意的偏于理性认识的抒发和评说。由于观众的亲缘关系，他们对屏幕形象中的性爱描写和展现，往往避而不谈。无论屏幕形象对这方面的表现是好是坏，或显或隐，当场都不作任何反应。这同规模不大又没有亲缘性的观众或读者，观看或阅读同类场面时的情况截然不同，即使他们都是电视观众，由于具体构成上没有亲缘性，也出现不同内容的交流情况。笔者曾作过一次调查。以《红楼梦》中淫丧天香楼为对象，有意组织两种人在不同地点观看：一组是具有亲缘性的，另一种没有亲缘性。调查结果表明这两组人交谈的内容大不相同。其中，前者的交流着重在理性的劝诫和认识，后者却重在情感的表现，而对某些关于性爱的场面的反映，前者避而不谈，后者却议论纷纷。但值得强调的是，后一种电视观众的组成，即非亲缘性组成，在电视观众构成上并没有代表性。它只是在实验性的调查中才存在。亲缘性的观众组成才具有典型性。这种典型组成及其偏重积极的理性认识和避讳性爱交流的倾向，乃是电视观众的普遍特征。维护家庭成员之间的亲缘关系和表现自己的伦常意识，成为了电视观众间一条无形的纽带。

电视观众的小群体经验又突出地表现在他们的感受、思想和行为不受评价环境的心理影响。大规模的集体鉴赏的言谈举止往

往要受到“别人如何评价我”的制约,因此,表现在观看中获得的认识和评价都很审慎,生怕别人因此而对他有所轻贱或责难,显得小心翼翼。但电视观众就无此顾虑。他们极为真实地大胆地毫无顾忌地表达自己的评价,表现自己与屏幕形象的共鸣或抵触。他们对屏幕形象揭示的社会问题和人生理想的褒贬都坦率得惊人。故事情节的真伪,现实生活的美丑,超群人物的毁与誉,在电视观众中得到了真实的极有价值的反馈。

同时,电视观众这种小群体的经验,还反映在群体成员鉴赏水平的基本一致上。每一个家庭,尽管所从事的工作性质并不一样,认识水平也不会都在同一层次上。但对屏幕形象的优劣评价却比较统一。形成这种统一性的原因在于:择偶时追求文化水平上相近的意识;家庭成员的人际往来的影响;每个家庭的经历和从上代继承下来的家庭传统。这些因素的合力共同形成了家庭成员之间基本相似的人生理想、伦常意识、爱恨倾向。它们无形地制约着家庭成员在评价上的基本一致性,即审美趣味的根本一致性。尤其是对内容出格或形式探索作品的审美评价,这种根本一致性表现得更为突出;对某一个屏幕形象的肯定或否定,每个家庭几乎都成了或褒或贬的群体。《爆炸冲击波》播映后,笔者作过一次调查。对它的臧否,基本上是以家庭为单位的。鉴于五代、四代同堂的家庭结构越来越少,以及只有两代同堂的家庭越来越多的趋势,电视观众小群体审美经验中的这一特征将越来越有代表性。

2.2 缩短了审美心理距离

人在改变外界的同时,也改变自己对外界的反映。电视艺术作为人的自由意志按照美的规律创造的结果,同时也就改变和形成了电视观众的鉴赏心理:改变了传统的鉴赏心态,缩短了审美心理距离。