

电视美的探寻

胡智锋 著



● 华中理工大学出版社

电视美的探寻

胡智锋 著

W01X35/04

■ 华中理工大学出版社

(鄂)新登字第10号

图书在版编目(CIP)数据

电视美的探寻/胡智锋著

武汉:华中理工大学出版社, 1998年1月

ISBN 7-5609-1699-6

I. 电…

II. 胡…

III. 电视-艺术美学

IV. J 901

电视美的探寻

胡智锋 著

责任编辑: 余东升

*

华中理工大学出版社出版发行

(武昌喻家山 邮编: 430074)

新华书店湖北发行所经销

华中理工大学出版社照排室排版

武汉市汉桥印刷厂印刷

*

开本: 850×1168 1/32 印张: 9.625 插页: 2 字数: 243 000

1998年1月第1版 1998年1月第1次印刷

印数: 1-1 500

ISBN 7-5609-1699-6/J·24

定价: 13.00元

(本书若有印装质量问题, 请向出版社发行部调换)

内 容 简 介

本书分上下二篇。上篇为“本体论”，从马克思主义美学原理和大众传播学相结合出发，试图建立起电视美学的理论构架。其中，不少见解，如关于真实性等问题，颇有创见；下篇为“评论篇”，集中收集了作者近几年对各种电视门类及其典范作品的分析评论文章，透过对各类电视现象的分析，阐述了电视美学的基本思想。作者经历了近几年中国电视事业的改革与繁荣，目睹了其发展过程，还参加了大量电视栏目和电视节目的策划、编导等工作，故其所议所论，针对性强，富有后发性。

理论与实践相结合，是本书的最大特色。对大专院校新闻、中文专业师生，对电视从业人员，均有较大的参考价值。

序

田本相

电视美学是怎样一门学科？电视美学的研究对于电视理论与电视传播实践有着怎样的意义和价值？如何以电视美学的观念、观点观照和指导实践？这些都是摆在电视理论与电视业务工作者面前的十分重要而亟待解决的课题。

《电视美的探寻》一书较为全面而系统地阐述了作者对于这些课题的基本观点，这对于电视美学乃至整个电视理论研究来说都是具有开拓意义的。

电视美学是研究电视美与电视审美的一门学科，而这涉及到电视传播的全部过程，所以，熟悉并深刻把握电视传播实践，是必要的，也是必需的，同时，由于电视文化与电视传播是现代高科技与丰富的现代社会文化的结晶，所以仅仅将传统美学理论“移植”到电视上，还是远远不够的。一句话，电视美学需建立在多姿多彩的电视传播实践基础之上，同时又需现代多种学科的理论、观念的积累与融合，没有这些条件，电视美学的研究要么流于表面、表象，难免肤浅，要么脱离实际，空洞浮泛，缺乏针对性，说服力。因此，电视美学研究需要相当的实践积累和理论积累。

电视传播从总体上看分为信息传播和艺术传播两大类，不管是信息传播还是艺术传播，都有一个从实用层次提

高到审美层次的问题，这是电视传播发展的必然，也是人民物质文化生活水平不断提高的需要。从这一点来看，电视美学研究对于电视理论和电视传播实践不仅是不可或缺的，甚至是至为关键的一个学科，它对于提高电视传播的质量、提高电视文化的品位有着不可替代的功用。

本书作者多年来一方面从事电视艺术与电视美学的教学与研究，写下了几十篇有关论文，其中一些产生了较大的学术影响，如《论电视纪录美学》一文就先后荣获第四届全国广播电视优秀学术论著一等奖，广播电影电视部首届高校科研成果一等奖；另一方面在教学科研之余参与了大量的电视传播实践与大量电视业务研讨活动，不少也产生了积极的社会影响。如作者参与创作的大型电视纪录片《香港沧桑》荣获中宣部“五个一工程”大奖。此外，作者还担任过许多个电视栏目、节目的策划、编导工作。这些工作使作者力图将电视理论与电视传播实践打通，将理念与体验打通，将思考与感悟打通，这从本书的框架——本体篇、评论篇、电视热点的美学透视三部分构成中可以窥见作者的此番用心。

电视美学研究是一个方兴未艾的新学科，本书应该说为这一学科的建设作出了可贵的努力和贡献。未来电视美学研究希望有更多方方面面的实践第一线工作者和方方面面的各学科从业者共同参与，为提高电视传播质量、电视文化品位，为探讨有中国特色社会主义电视理论体系不断奉献智慧与才华。

1997年10月5日

第三节	创造手段——客观的与主观的	(49)
第四节	创造语言——关键的创造手段	(52)
第五节	创造成果——时空与视听高度 特殊的综合	(56)
第六节	接受者——参与：理性的与个性的	(60)
第五章	电视纪录美学	(65)
第一节	电视纪录美学的性质与地位	(65)
第二节	电视纪录的“真实”三层面	(67)
第三节	电视纪录片的社会功能	(70)
第四节	电视纪录片的品格与境界	(74)
第五节	电视纪录片的思维与表达方式	(76)
第六章	电视文化与电视传播	(79)
第一节	电视作为传播媒介和文化载体	(79)
第二节	电视文化特性	(81)
第三节	空前宏伟的文化景观	(85)
第四节	对电视文化发展的战略规划与宏观调控	(88)
第七章	十年来中国电视美学的研究	(92)
第一节	基本概况	(92)
第二节	建立电视美学的呼唤	(94)
第三节	电视剧批评中的美学思想	(95)
第四节	电视剧美学的理论研究	(104)
第五节	关于各类电视片美学的理论研究	(111)

评 论 篇

——自下而上的电视美学

第八章	电视美的传达	(122)
------------	---------------------	-------

第一节	关于电视艺术片创作·····	(122)
第二节	关于电视剧“情节片”·····	(133)
第三节	关于电视剧“传记片”·····	(150)
第九章	电视美的呈现 ·····	(177)
第一节	主题：电视纪录片的走向和问题 ——从第二届上海国际电视节参评 纪录片谈起·····	(177)
第二节	意义：电视纪录片纵横谈·····	(184)
第三节	视角：电视纪录片的“新坐标”·····	(188)
第四节	互动：影视互动的“新标石” ——兼评纪录片《往事歌谣》·····	(198)
第十章	电视美的创化 ·····	(211)
第一节	自然：电视专题片的一种美学追求 ——兼评电视专题片《献给大自然的童心》 ·····	(211)
第二节	分寸：电视节目主持人的“表演”·····	(215)
第三节	标准：历史追求与美学追求的统一 ——兼评电视专题片《我们共同走过》 ·····	(218)
第四节	定位：关于春节晚会的美学思考 ——兼评‘96BTV春节电视节目·····	(229)
第十一章	近几年电视热点的美学透视 ·····	(240)
	△《爱你没商量》(240) △MTV的界定(244)	
	△《东方时空》(245) △企业电视(247) △《东方 之子》(249) △电视栏目改版(252) △《三国演 义》(254) △东方电视台(255) △《说你说我》 (265) △《午夜娱乐城》(270) △《‘96春节联欢 晚会》(273) △倪萍四题(276) △开辟电视午夜黄	

金时段 (282)

附 录

- 一、人在“触电”以后
——评田本相新著《电视文化学》…………… (287)
- 二、电视艺术理论研究的一块基石
——评高鑫新著《电视艺术概论》…………… (294)
- 后记…………… (300)

——自上而下的电视美学

本 体 篇

一个学科的建立，首要面临的问题便是学科独立的研究对象问题，进而是其研究方法问题，所以进入本篇第一章的便是“电视美学的研究对象与方法”。如果说美学的核心是美的本质特征，那么同样电视美学的核心便是电视美的本质特征，这构成了本篇第二章的内容。科学的学科分类是进行研究不可缺少的部分，本篇第三章阐述的就是如何进行电视美学分类的问题。电视美的创造是一个巨大、复杂而特殊的工程，本篇第四章将引领我们深入到电视传播诸环节中，作一番美的巡礼。由于电视纪录美学被认为是最富电视特征和色彩的一个分支，所以本篇第五章将其单独列出。电视美的创造与实现离不开电视文化的背景与电视传播的实践，本篇第六章将对电视文化与电视传播作一宏观描述，借以使我们更深刻地把握和领略电视美。十年来中国电视美学究竟积累了怎样的成果，存在哪些问题，尚待开掘什么样的内涵与模式，将是本篇第七章企图提供与解决的问题。

第一章 电视美学的研究 对象与方法

第一节 电视美学的研究对象

每一个学科的成立,都是以其独特的研究对象为标志的,因此,当我们开始进行电视美学研究的时候,首先一个问题就是研究对象问题。如何来界定电视美学的研究对象?我们认为从相关、相近学科的共性与个性、联系与差别的比较中,可以得到较为准确的结果。

电视美学具有双重学科属性,既可以隶属于电视学,又可以隶属于美学。在美学领域中,电视美学与一般美学、电影美学有着密切的关系;在电视学领域里,电视美学又常常与电视艺术学、电视社会学之间关系密切,常常难以分别。

作为一般美学的一个分支,电视美学从总体上受到美学研究普遍规律的制约。如果美学研究美之于现实的种种关系,电视美学则研究电视美之于现实的关系。具体来讲,美学从客观方面“研究审美对象,阐明美的本质和根源,研究美丑的矛盾发展,美的各种存在形态以及崇高、滑稽、悲剧、喜

剧等的本质特征和相互关系”，^①电视美学则需研究电视的审美对象，研究电视美的诸种存在形态以及各种存在形态的本质特征与相互关系；美学“从主观方面研究作为审美对象的反映的审美意识，阐明它的本质、反映形式的特征及其历史发展的规律性”，^②电视美学则需研究作为对电视审美对象反映的审美意识（含创作者与接受者），阐明其本质、反映形式的特征及其历史发展的规律性；美学“研究作为审美意识的物质形态化了的集中表现的艺术，阐明艺术的本质、内容与形式、种类，以有艺术创造活动的规律性和作为这种创造成品的反映、评价的艺术欣赏、艺术批评等问题”，^③电视美学则要研究作为电视审美意识物质形态化了的集中表现的电视艺术，阐明电视艺术的本质，内容与形式、种类，以及电视艺术创造活动的规律性和作为电视创造成品的反映、评价的电视艺术欣赏、电视艺术批评等问题。

当然，二者的差异也是显著的。由于电视美与现实之间的种种错综复杂的关系，是通过电视这一独特的传播媒介和表现手段来构成的，电视美在再现或表现现实生活，在创造自己独立的美的形象，得到受众的审美认同等方面，都有自己的特殊途径和方式，因此，一般美学的研究虽然在总体上可以给电视美学研究以理论指导，但绝不可取而代之，而电视美学自身研究的深入与拓展，不仅有利于电视美的创造与实现，也可以给一般美学的研究注入新的活力，开阔新的天地和视野。

关于电视美学与电影美学之关系，在电影、电视理论界一直没有得到过较为统一的认识。1988年在陕西咸阳召开的电视剧理论研讨会上，对影、视美学之关系进行了多层次、多

①②③ 王朝闻主编. 美学概论. 北京: 人民出版社, 1981: 7

角度的探讨。张凤铸先生归纳了这样几种观点：（一）影视“同一”说；（二）影视“独立”说；（三）影视“边缘”说；（四）寻求“个性”说。^①从这里足见二者关系是多么密切。

我们认为，电影美学与电视美学的建立首先是基于两种传播媒介的独特性上。由于电影与电视同属视听综合、时空综合的媒介，二者在许多方面产生了极为近似的特点，尤其电视中的艺术类节目——如“电视剧”在很长一段时期里都被看作是“小电影”（至今仍然有人坚持这种看法），所以出现“影视同一”、“影视边缘”等观点也就不足为奇了。

如果说电影美学研究的是电影之于现实的种种审美关系，如电影的本质、电影美的创造、电影审美心理的一般规律，那么电视美学同样研究的是电视之于现实的种种审美关系，如电视的本质、电视美的创造、电视审美心理的一般规律等。但由于二者在制作手段、表现形式、传播途径与接受方式等方面有着较大的差异，它们对各自美学特征的研究因此自然、也应该有各自的特性。应该说，在电视自身的审美特质还没有得到充分的开掘和发现之前，对电视美学的研究借鉴与参考电影美学的方法不仅是可能的，而且是必要的，但这并不意味着电影美学研究可以替代电视美学的研究。这样做，只是为了借“他山之石”，更好地探求电视美学自身的研究之路。

电视美学与电视艺术学不仅是两个紧密联系的学科，甚至二者还有相当程度的重合。电视艺术学与电视美学都是从电视实践中抽象、升华出的理论性认识，怎样将两者予以区别？

^① 张凤铸. 发挥优势, 强化特色——电视剧理论与实践管窥. 北京广播学院学报. 1989 (1)

电视艺术学是由电视艺术理论、电视艺术批评与电视艺术史三部分组成的，它依据一般艺术学的法则，结合电视独特的表现形式，对电视艺术的基本规律进行理论（主要是抽象概念）概括，进行评判与分析（指电视艺术批评），并对电视艺术的发生、发展的轨迹予以描述和作出艺术价值判断。

电视美学则站在哲学的高度，对电视美的创造与审美的基本规律进行概括，由于它关注的是电视这一传播媒介所带来的所有美的特质和审美的现象，所以不仅电视艺术中的美学问题，也包括电视媒介里非艺术因素中的美学问题。即使仅就电视艺术这个审美对象本身，电视美学与电视艺术学的研究思路与侧重点也有较大差异。电视艺术学往往主要研究电视艺术生产与消费过程中的具体问题——如电视摄影、画面造型、电视编辑、电视音响、电视表演、电视节目主持人、电视解说等，或就某一部电视剧、电视片，或某一类节目，给予具体的分析、评价，进行具体的理论总结。电视美学则是对电视实践经验抽象程度更高的理论形态，从某种意义上讲，它可以称为电视的哲学，因为它研究的是电视（不管是艺术类还是非艺术类）所产生的全部美与审美现象的本质性的存在和一般规律。

如同美学与电视美学的关系一样，电视美学的研究基于丰厚的电视实践，也从多样的电视艺术学研究成果中吸取不少营养，但它并不能取代电视艺术学的研究，反过来说，电视艺术学尽管也是一种来自于电视实践的理论、形态，但也同样不能取代电视美学的研究。二者应该相互吸收、相互补充，共同向着更高的境界迈进。

电视美学与电视社会学也有着密切的联系。电视美学的研究离不开电视之于社会的关系，正是从电视与社会之关系中，探求电视美与电视审美的发生发展的规律，而电视社会

学“是用社会学的观点来探讨电视与社会之间产生的诸种问题，它既不是单纯研究社会方面的问题，也不是单纯研究电视方面的问题，而是研究二者之间相互制约、相互影响、相互协同、相互牵连的社会问题”。^①电视对社会所发生的影响，是多种思维与观念的影响，其中也包含了审美意识。社会审美意识的变化一方面是电视社会学的研究对象，另一方面更是电视美学的研究对象，在这一点上二者有一些重合之处，但视点与角度依然不同：电视社会学研究的不仅仅是电视审美意识的发生发展，而且这种研究是从“社会”的视角去摄取的；电视美学也不仅仅是研究电视的社会审美意识的发生发展，其研究则落脚于“审美”的方面。

电视社会学对电视审美意识的发生发展的研究，对电视美学的丰富与深入无疑有着重要的作用。而电视美学的深入研究也为电视社会学中关于电视社会审美意识的研究提供了有力的理论武器。

在将电视美学与其相关、相近的几个学科作了比较之后，我们应该回答这个问题了：电视美学的研究对象究竟是什么？

我们认为，电视美是20世纪技术与社会等方面的新的革命与实践的产物，人们的电视审美意识也是伴随着这种技术革命与社会实践的日益深入而逐渐发展着的，而众多形态的电视产品则是电视审美意识物化了的集中表现。

具体来讲，我们的电视美学研究对象包括以下几个相互联系的方面：

第一，从电视与社会现实的关系上，研究电视美的本质属性。既然电视美的产生与发展是与其特定的社会、历史、时代的条件相互依傍的，那么对其本质属性的界定也应着眼于

^① 田本相. 电视文化学. 北京: 文化艺术出版社. 1990: 193