

电视批判

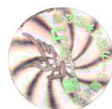
主编 刘连喜

CCTV.com 新媒体文化丛书 之三

理性的思考
建设性的评判



中华书局



TV Comment

<http://www.cctv.com/tvguide/tvcomment>

电视批判

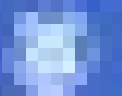
王康 著



TV Criticism
电视批判

中国政法大学出版社

法律出版社
2004年10月第1版
2004年10月第1次印刷



法律出版社

分析电视现象
思考电视文化

图书在版编目 (CIP) 数据

电视批判 / 刘连喜编著. —北京: 中华书局, 2003

(CCTV.com 新媒体文化丛书; 3)

ISBN 7-101-03917-0

I.电... II.刘... III. 电视节目—评论—中国

IV.G229.24

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 026818 号

CCTV.com 新媒体文化丛书 之三 —— 电视批判

主 编 刘连喜

特约编辑 邱 纯 张文娟 张青叶

责任编辑 朱振华 谢俊峰

中华书局出版发行

(北京市丰台区太平桥西里 38 号)

北京大地印刷厂印刷

开本 787 × 1092 1/16 印张 22

字数 300 千字

2003 年 4 月第 1 版 · 2003 年 4 月第 1 次

ISBN 7-101-03917-0/Z · 473

定价 38.00 元

CCTV.com

央视国际网络 (www.cctv.com, www.cctv.com.cn) 是中国中央电视台创办的互网站, 于1996年12月建立, 是我国重点新闻网站。2001年3月建立北美镜像站点, 域名为: [us. CCTV.com](http://us.cctv.com)。

2002年5月25日, CCTV.com全新首页正式改版推出。CCTV.com现设电视指南、新闻、经济、体育、生活、国家地理、西部、广告、视听在线、电视剧、电影、综艺、环球、台湾、科技、教育、音乐、文化、法制、少儿、军事等30多个专业化频道, 日更新新闻1000余条。中央电视台360多个电视栏目中已有近200个栏目上网, 实现了电视节目与网络的全面互动, 同时也实现了网络与电视的同步传播。特别是2003年央视春节晚会网络互动, 网站点击量近2个亿。目前, CCTV.com日均点击量超过1个亿、日均访问页次约800万、日均访问人次60万。据美国alexa.com2003年3月的最新统计, 中国中央电视台央视国际网络 (www.cctv.com) 在[alexa](http://alexa.com)全球用户中的被搜索率排名为第195位, 居中国国内媒体网站第一位。

CCTV.com的理念是: 视听全球, 传播中国。CCTV.com的发展战略是: 频道专业化、专业频道系列化、系列频道国际化。CCTV.com的发展方向是: 以新闻、资讯和娱乐为重点的互动多媒体网站。CCTV.com的目标是: 办一流网站, 创国际品牌。最终做到: 网络所及之处, 就有CCTV.com的声音和画面。

欢迎登录 www.cctv.com 站长信箱: liulianxi@mail.cctv.com

总序

梦想新媒体文化

央视国际网络(CCTV.com)是中国国家电视台中央电视台创办的国际互联网站,她是中央电视台的一个重要组成部分,是中央电视台网上传播的一个重要阵地。央视国际网络因中央电视台而生,以中央电视台为母体,同时又是央视的延伸和拓展。

自1996年12月创办以来,CCTV.com一直在探索着一种新的传播方式,即第四媒体的传播方式。正如报纸、广播、电视一样,互联网是继这三种媒体之后的又一种新的媒体形式,人们称为第四媒体。经过六年的探索,尤其是近一两年的探索,CCTV.com进一步明确了自身的定位、性质、任务,明确地提出了自己的发展理念,并制定了自己的发展战略,在充分地做好为央视服务和对央视电视节目资源整合以及再传播的基础上,一直在努力地探索着、尝试着走一条新媒体之路。

作为一种崭新的媒体,CCTV.com必须有自己的概念、自己的内容、自己的语言、自己的表述方式和传播理念及自己的文化。CCTV.com明确地提出了自己的发展理念,那就是“传播中国,视听全球”;CCTV.com也明确提出,以传播文化为己任,致力于先进文化的传播,首先传播中国的先进文化,同时传播人类的先进文化。因此,在加强自身文化建设的同时,我们明确地提出并积极尝试,努力地在建造着作为第四媒体——互联网媒体的新媒体文化。

CCTV.com提出了自己的发展战略,即“四个新”。CCTV.com是CCTV的网上传播的新阵地;是央视名牌节目推介的新通道;是央视国内外视听节目购销的新平台;是央视新的经济增长点。为实现上述四个新的目标,CCTV.com提出了“三步走”的发展计划,即第一步是服务和整合;第二步是发展和创新;第三步是全球化传播。

按照 CCTV.com 的目标和发展计划, CCTV.com 进行了一系列新媒体的实践。

第一是服务和整合。在网上大力推介央视的各种名牌栏目和节目主持人。

整合就是运用网络的概念、网络的语言、网络的表述方式和网络的运作方式,将 CCTV 每天播出的 12 套节目的 360 多个栏目的大约 240 多个小时的节目,按照专业化的分类和信息的分类在央视网上再传播。同时,发挥网络互动的特点,使电视节目和网络形成一个有机的互动,从而使网络成为电视的延伸、补充和拓展。2001 年, CCTV.com 进行了三次成功的网络和电视的互动实践:9 月 8 日, CCTV.com 与《综艺大观》栏目进行了成功的互动; CCTV.com 与《东方时空》进行了中国加入世贸组织的网上互动直播;《2002 年的春节联欢晚会》设置现场互动专区及首次引入网络主持人概念。

第二是发展和创新。在做好服务和整合的基础上,按照频道专业化、专业频道系列化、系列频道国际化的思路推出了一批具有网络特色的网上频道:环球、电影、电视剧、台湾、军事、科技、教育、综艺、音乐、国家地理、历史、文化、戏曲、留学等。创办了一批具有鲜明的电视网络特色的品牌栏目:《电视批判》、《线上故事》、《点击主持人》、《央视新闻联播》、《绝对新闻现场》、《网评天下》、《在线上》等。

第三是全球化传播。

互联网作为一种新的概念、一种新的生活方式和一种新的媒体形式、新的文化现象,进入中国也只有短短几年的时间。截止到目前,中国的上网人数约有 6000 万,虽然中国的互联网站有成千上万,但对什么是互联网,什么是互联网的运作方式,什么是互联网的表述方式,什么是互联网的文化等等问题,目前还没有明确的概念、定义和结论。

作为以传播为己任的 CCTV.com,必须探索并寻找这个答案。因为我们是媒体,我们必须研究媒体发展的规律,揭示媒体发展的规律,寻找和探索媒体的发展之路。作为国家电视台创办的互联网站,她不同于一般的传统媒体,她不同于报纸、广播、通讯社创办的互联网站,她也不同于以盈利为目的的商业网站。CCTV.com 创办伊始就表明了自己的态度,按照新媒体的发展思路和发展方式成长着、探索着。

要构建 CCTV.com 具有电视特色的新媒体文化,首先必须对新媒体有一个清醒的认识。新媒体的“新”,主要体现在它的传播载体上。传统媒

体的传播工具为报纸、广播和电视，而新媒体的传播载体是互联网，它同时具备了文字、声音、画面、图像等多媒体功能。从发展历程来看，互联网诞生后相当长一段时期内的功能只是传送文件和电子邮件，1995年8月，美国有线电视新闻网（CNN）建立了自己的网站，正式拉开网络电视的序幕。

CCTV.com要创办的互联网站，首先是具有网络特色，同时也是具有电视特色或新媒体特色，因此，是具有电视特色的新媒体。新媒体必须有新媒体的理念，新媒体的文化。而CCTV.com新媒体的文化就是要传播人类的先进文化，同时利用网络的概念和网络的语言将各种专业资讯变成新媒体的表现形态，像电视媒体一样形成自身的概念、自身的品牌和自身的传播方式及自身的文化。

《CCTV.com新媒体文化丛书》正是这些实践和探索的成果。这套丛书既是总结与思考，又是这些实践和探索的理性升华。

《CCTV.com新媒体文化丛书》首批共五卷，它们是《媒介前线》、《文化年夜饭》、《电视批判》、《线上故事》和《在线主持》。

第一卷《媒介前线》，是记录CCTV.com六年来的发展与创新，探讨网络和电视互动理论及实践的专著。CCTV.com在网络与电视互动方面的探索，是一个新的试验和媒体发展史上具有开拓意义的事件。

第二卷《文化年夜饭》，是CCTV.com与国内知名的民俗学家围绕央视春节联欢晚会，共同探讨春节文化的一个成果。CCTV.com采用民俗学者网上在线访谈的方式，与网友共话“我们需要什么样的春节文化”、“春节仪式的文化底蕴”、“节日文化中的人”、“春节与百姓生活”等一系列节日文化现象。

第三卷《电视批判》，是国内百位知名专家、学者在CCTV.com原创品牌栏目《电视批判》论坛上，对电视现象进行分析、对电视文化进行理性思考和评判的网谈精华。

第四卷《线上故事》，则是汇集CCTV.com原创的品牌栏目《线上故事》的创作精粹，围绕央视名牌栏目、名制片人、名主持人、名编导、名工程师和大型活动，讲述电视和电视人台前幕后的故事以及电视、网络、观众、网友之间的故事。

第五卷《在线主持》，详细记载了CCTV.com延伸电视主持人的概念，发挥网络互动的特点，是300多位电视明星与网友交流的在线荟萃。

哲人说：“人类的实践活动只有上升到理性的层面思考，人的思想才

能够走得更远。”我想互联网不仅是一种开放的、现代的、新兴的、广阔的、影响深刻的传播方式，也是一种生活方式、文化方式。它的传播超越了国界和空间。我们只有更加深刻地认识它、理解它，才能更理性地指导我们的实践。这种新的传播形态才能够更加健康地成长，才能更加丰富它的文化内涵，提升它作为新媒体的文化含量，使之成为一种真正的有文化的媒体，建设成为一种新媒体的文化。

法国后现代主义批评家米歇尔·福柯说过：“我忍不住梦想一种批判，这种批判不会努力去评判，而是给一部作品、一本书、一个句子、一种思想带来生命；它把火点燃，观察青草的生长，聆听风的声音，在微风中接住海面的泡沫，再把它揉碎。它增加存在的符号，而不是去评判；它召唤这些存在的符号，把它们从沉睡中唤醒，也许，有时候它也把它们创作出来——那样会更好。”CCTV.com也在梦想着一种新媒体文化，梦想着一种电视特色的网络新媒体文化，梦想着一种电视和网络的合流；梦想以电视和网络为双翼，让它们互动起来，发挥双向优势；梦想着确立空间无限理念，开发高科技潜力，想人所不敢想；梦想着网络和电视双媒体结合，开拓全新领域；梦想着传播中国，将中国推介到世界各地，走民族化道路，用中国文化来办中国电视，用中国文化来办互联网络，在全球化传播中，走出中国的多元化的独特道路；梦想着视听全球，把全球的优秀文化拿进来，展示我们开阔的胸怀。将中国的电视和中国的互联网建设成一个与时俱进的，能够“学习”人类先进文化体系的传播者，开拓我们自身的观念空间，完成与全世界视听媒体的大博弈。

CCTV.com也梦想着一种新媒体高品质文化，而不是把互联网作为一种赚钱的工具和信息垃圾的发源地；CCTV.com始终坚持信息的真实性、准确性、权威性、专业性和可信性；CCTV.com始终认为互联网是一种新的传播方式，它既传播知识，又提供文化，它不是媚俗的娱乐工具；CCTV.com是互联网先进文化的建设者、探索者、开拓者。她的理念表明了 she 为人类服务的方向，她的态度表明了她的宗旨就是构建新媒体文化。因而它的前景是无限广阔的，它的生命力是旺盛的、奔放的。

现阶段，中国正面临着难得的发展机遇，在充满机遇和挑战的历史进程中，中国传媒，特别是中国的网络媒体应扮演一个怎样的角色？中国传媒人应该肩负怎样的历史责任？中国的网络媒体工作者和媒体的管理者应如何与时俱进？这些问题都是媒体工作者应该认真思考的。作为媒体工作者，我们必须坚持媒体的正确方向和肩负起媒体的社会责任。

一切媒体现象不仅成为一种文化现象，也成为一种生活现象。文化对人有着潜移默化的作用，因此，可以说一切有益于人性发展和人类生活健康需要的（尤指人的思想）媒体文化都是合理的。而一切有害于人性的发展，与人的生活健康相悖的都是不应该存在的。像虚假的信息、低俗的搞笑、肤浅的娱乐、空洞的说教、知识的贫乏、远离生活的胡编乱造、道听途说、恶意炒作等等，都是不符合人性发展需要和有悖于社会发展趋势的。因为人类的发展会越来越有文化，而人也越来越需要文化，文化含量的高低是取决于一种媒体是否需要存在，是否为人们所喜欢的重要参数。

春天来临的时候，中国的北方常常会刮起沙尘暴，于是人们就会想起，要多播种、多种草、多植树、多建绿洲。然而在这样一个急速变革的时代，那些人性的“沙尘暴”、精神的“沙尘暴”、文化的“沙尘暴”和媒体的“沙尘暴”何时能够被制止呢？在我们生存的环境中，人们是多么希望看到更多的文化绿洲、精神绿洲、电视绿洲、网络绿洲和媒体绿洲啊！人们多么盼望这些绿洲能呈现在中国的都市和乡村里，呈现在人们的生活里，呈现在人们每天生活的媒体文化里……CCTV.com作为一种新媒体，正在为这一片片绿洲开垦、播种和浇灌。

刘连喜

二零零二年十二月二十八日

于 CCTV.com

目 录

电视批判

论坛一 我们需要“电视批判”吗	1
电视批判的定义	3
中国电视批评的现状	5
当前中国电视存在的问题	7
CCTV.com 是否有自我批判的勇气	7
《电视批判》论坛的命运	14
论坛二 呼唤高品质的电视文化	17
文化与电视文化	19
电视人的素质	24
当前电视问题扫描	28
对《电视批判》论坛的期望	36
论坛三 我们需要什么样的电视文化(一)	39
文化与电视文化的关系	41
中美电视差异	44
主持人的角色定位	47
电视的问题与责任	49
电视人才培养	52
论坛四 我们需要什么样的电视文化(二)	57
电视文化中的娱乐因素	59
电视中的性别歧视	67
主持人在电视文化中的作用	69
电视文化的民族化问题	71

论坛五 我们需要什么样的电视文化(三)	75
读图时代与日常生活审美化	78
电视知识分子	82
电视的暴政与商品阅听人	85
电视与广告	87
论坛六 我们需要什么样的电视文化(四)	93
电视的策划意识	96
评说电视现状	98
关注电视主持人	100
中国音乐电视评价	104
电视文化与娱乐	107
电视广告	114
论坛七 我们需要什么样的电视剧	119
评说古装历史剧	122
聚焦法制类题材的电视剧	127
论坛八 我们需要什么样的电视文化(五)	135
让诗歌插上电视的翅膀	138
提升诗歌的电视文化品格	142
关注诗人与诗歌创作	146
论坛九 我们需要什么样的“谈话类”节目	157
电视“谈话类”节目中的误区	160
“谈话类”节目的界定	164
优秀“谈话类”节目的特点	166
希望有这样一些“谈话类”节目	171
评判电视和电视理论	172
论坛十 我们需要什么样的电视文化(六)	177
电视与文学	180
作家眼中的电视	186
作家 vs 剧作家 vs 优秀电视剧	192
论坛十一 我们需要什么样的主旋律电视剧	199
解读“主旋律”	201
关注电视人与电视剧创作	208
关注电视剧现状	209

论坛十二 我们需要什么样的电视纪录片	215
纪录片编导谈创作	218
中国纪录片现状	220
影视人类学家眼中的纪录片	223
纪录片编导与影视人类学家的对话	228
论坛十三 我们需要什么样的引进类节目	233
CCTV 国际部的实践	236
关注电视跨文化传播	240
引进类节目的多样化问题	244
电视的大众化与引进节目之间的关系	249
论坛十四 我们需要什么样的电视画面语言	255
优秀摄影师的素质	259
摄影如何上升至艺术	260
摄影源于对生活的理解	261
对电视画面语言的把握	265
电视画面的真实性	266
未来的电视画面	270
论坛十五 我们需要什么样的电视文化(七)	275
电视文化的内涵	280
中国电视文化发展历程及现状	282
全球化与中国文化	285
电视媒体的权利与监督	287
电视媒体的文化品质与品味	289
关注中国电视的未来	291
论坛十六 我们需要什么样的电视传播观念	303
批判“声画结合论”的意义	307
解读“读图时代”	312
观众需要什么样的电视语言	317
对互联网新媒体的认识	322
我们需要什么样的电视批评	324
后记	329

2002年7月2日，对于CCTV.com《电视批判》栏目来说，是值得纪念的一个日子。经过紧张的准备，《电视批判》论坛于当晚19:30第一次与网友正式见面了。虽有一些经验可供借鉴，但对于CCTV.com开辟学术论坛的模式，未来发展的方向，能否受到网友欢迎等等问题，还是个未知数。

北京广播学院文艺系博士生导师张凤铸教授，北京广播学院广播电视文艺系硕士生导师周月亮教授作为第一次参与《电视批判》论坛的专家，对论坛给予了热情支持。周月亮教授在论坛筹备初期就帮助出谋划策，张凤铸教授当晚则是带病从医院直接赶到网站参加论坛，胳膊上还插着针管。他们的这种精神使在场的工作人员倍受感动，网友们也深受感染。

论坛当晚就“我们需要什么样的电视”这一话题展开，真诚的交流，热切的关心，《电视批判》论坛当晚首次开版现场气氛热烈，闭版时间也破例从9:00推延到了10:30。从当晚的交流中充分展示了网友对电视热切关心的程度，对CCTV.com推出《电视批判》论坛浓厚的兴趣。

“现有的电视台那么多栏目没有一个反思、批评自己的栏目，这是一个重大的缺失。CCTV.com开辟《电视批判》，填补了这个战略性的空缺。”周月亮教授对《电视批判》栏目的开辟给予了热情的评价。

“《电视批判》是一个有品位的着眼于建设的栏目。这个栏目立足于立，立足于健康的文化建设，是一种理性的批判，是一种哲学的思辨，是一种着眼于建设的批判。它不是对人的攻击，它的目的是为了把电视栏目、电视频道办得更好，建设健康的社会主义电视文化。”张凤铸教授对“电视批判”的意义与任务作了具体的阐释。《电视批判》栏目明确了将“理性的思考、建设性的评判”作为其发展宗旨。

从这次论坛后，《电视批判》栏目确立了一名网络主持人、两名专家、一个中心话题的在线运作模式。



我们需要“电视批判”吗

文 / 《电视批判》论坛精华版
发布时间 / 2002-07-03 09:00



北京广播学院文艺系张凤铸教授(左)和中央电视台网络宣传部刘连喜主任(右)在《电视批判》论坛上

“电视批判”的定义

【网络主持人：张文娟】《电视批判》是央视国际网络（CCTV.com）刚刚推出的一个自创栏目。自2002年5月25日推出以来，很多人就“批判”一词提出了异议，二位教授可否就此谈谈你们的意见？

【特邀嘉宾：周月亮】所谓批判就是研究反思、评论、评点的意思。电视批判就是既对电视本身进行批评同时也对这种批评进行判断。批判批判

就是且批且判，也就是说不仅批评电视也批评电视的评论，这样才是完整的、立体的、像样的电视批判。电视是强势传媒，但缺乏强势的研究批评评论，就等于没有人来维护电视这架快车，这是很危险的。现在这个论坛适时开通，也就是来给电视产业做保健医生，不但是必须的，而且是迫切的，更是需要大家共同参与的。

【网络主持人：张文娟】近日我们就这一问题采访过央视主持人王小丫，她说“电视批判不是人身攻击，应是理性的批判”，张教授，您对此有何评价？

【特邀嘉宾：张凤铸】我同意这种看法。《电视批判》论坛是国家电视台——中央电视台网站开辟的一个新栏目，就是有品味的着眼于电视建设的栏目。以往一谈到批判，大家就会想到过去常说的两句话，一句话叫批判的武器，一句话叫武器的批判。前者是指文化大革命中推翻一个政权必须造就舆论，革命政权是这样，反革命的政权也是这样，因此对批判的理解是武器的批判，也就是说搞革命；批判的武器是文字的革命，或者是像文化大革命那种大批判。而今天的这个论坛节目则是立足于健康的文化建设，是一种理性的批判，是一种哲学的思辨，是一种着眼于建设的批判，如果说是大破大立的话，它立足于立，立足于建设，建设健康的社会主义文化，它不是对人的攻击，它的目的是为了使电视节目搞得更好，把电视栏目、电视频道办得更好，建设健康的社会主义的电视文化。

【网络主持人：张文娟】两位嘉宾认为我们《电视批判》的品评对象应主要有哪些？

【特邀嘉宾：周月亮】《电视批判》论坛的对象首先是检讨电视界存在的主要问题，比如电视剧的豪华风、滥情风、古装风就应该属于净化荧屏的范围；其次研究电视，提高自身文化品味，完成用电视办大教育任务的战略方法；第三包括电视的一些哲学思考、文化思考，提高电视自身的反思能力。电视业本身已经失去了批判能力，所以从网络轨道来帮助它，是个开放体系，是所有网友都可以参与的。

【特邀嘉宾：张凤铸】我觉得《电视批判》的主题应该是倡导先进的文化，反对不健康的文化，因为我们是国家电视台的网站，所以应该注意导向性，我觉得党、政府、人民是三位一体、密切相连的，我们的服务对