



电视  
新视角  
丛书

主编：金冠军 金丹元

DIANSHI YU SHENMEI

DIANSHI SHENMEI WENHUA XINLUN



# 电视与审美

## ——电视审美文化新论

金丹元 著

- 电视文化与审美
- 电视审美文化、意识形态与社会变革
- 大众文化与审美消费
- 电视中各节目类型的审美文化
- 电视剧类型与电视电影叙事中的审美性
- 电视中的身体文化与狂欢
- 电视审美文化的生产、传播与接受
- 后现代景观中的电视审美文化

学林出版社



主编：金冠军 金丹元

DIANSHI YU SHENMEI  
DIANSHI SHENMEI WENHUA XINLUN

# 电视与审美

——电视审美文化新论

金丹元 著

学林出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

电视与审美:电视审美文化新论 / 金丹元著. —上海:  
学林出版社, 2005. 3

(电视新视角丛书)

ISBN 7-80668-909-5

I. 电... II. 金... III. 电视剧—艺术美学—研究  
IV. J901

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 022923 号

上海市教委第四期重点学科  
“广播电视艺术学”研究项目

---

## 电视与审美——电视审美文化新论



作 者——金丹元

责任编辑——薛才康

封面设计——周剑峰

出 版——上海世纪出版集团

学林出版社(上海钦州南路 81 号 3 楼)

电话:64515005 传真:64515005

发 行——新华书店上海发行所

学林图书发行部(钦州南路 81 号 1 楼)

电话:64515012 传真:64844088

印 刷——上海展强印刷有限公司

开 本——640 × 965 1/16

印 张——27.5

字 数——35 万

版 次——2005 年 3 月第 1 版

2005 年 3 月第 1 次印刷

印 数——3 000 册

书 号——ISBN 7-80668-909-5/J · 37

定 价——35.00 元

# 总 序

在今天这样一个已被各种媒体炒得沸沸扬扬的“读图时代”，影视艺术的地位呈直线上升之势，其理论研究也在不断升温，研究的视野、角度、方法都有了较大的拓展和延伸。但相对而言，电视理论著作虽已出了不少，毕竟起步较晚，既难以跟上不断发展着的电视审美实践，也远不及电影理论那么丰富和成熟。为此，我们试从一些新的视角对当下中国电视的形态、样式，电视的社会属性，电视艺术的种类及其特征等作出更贴近中国国情的新的探索，以期赢得学界同仁和广大电视爱好者的共同兴趣，进一步促进中国电视理论界的繁荣和发展。

目前，国内的电视理论研究已然取得了很大成就，但也仍存在着一些缺憾和不如人意之处，如在借鉴西方影视理论、西方文化批评时，往往忽略了与本土实际情形相结合的研究，在一些理论著作中往往宏观的发挥和综述远甚于具体分析，这就容易造成理论与实践相脱离的弊病。而且，电视理论照搬文艺理论、电影理论的现象仍不鲜见，有关电视的特性，电视话语的分析、阐述似还远远不够。如是，我们才觉得应尽量立足于电视本体，去探究电视自身的各类话题和理论。由于电视传播本就是一种大

众传播,涉及面宽,与之相关的领域较多,因此,也应将其他学科与电视研究相结合,才能从中见出电视媒体、电视文化的国际性视野。基于这样的思考,于是就有了关于电视文化与审美,电视与社会学,电视与人类学,电视文艺,电视中的叙事,电视中的戏曲等各种命题的阐发。各位作者的一些想法、见解,既是自己的研究心得,也大多是一种探索,有些或许能自成体系,有些可能仍存在着这样那样的不足,以待来日继续完善、补充,但至少可作为一种参照,成为当下多元理论中的一元。电视基础学科必须强化自身专业的理论,突破学科的界面,在学科交叉的前沿地带有所拓展,并培养未来的专业人才,这是我们这些在高校从事电视教学的人理当应取的态度,也是我们撰写这套丛书的另一基本出发点。倘若这套书中的有些发挥还值得一读,值得把玩,或能引发别人的思绪,作更为深入、细致的研探,或能对影视专业的学生有所启发,有所获益的话,则我们已觉得非常荣幸和不枉此辛苦一场了。要做到司马迁所言之“究天人之际,成一家之言”,谈何容易。学无止境,做学问更无止境,如同真理只能逐渐逼近,而难以完全控捉一样,我们希望自己的努力也是渐进式的和真诚的,也许很难彻底摆脱时下喧嚣和浮躁的包围,但我们至少可以避开恶俗的纯商业炒作,本着素朴的学术良心来谈一些自己的学术观点,并借此机会培养学生对电视专业的兴趣、爱好,进一步更新观念,大胆创新,以适应全球化背景下,影视教学的改革和进步。

最后须加以说明的是,这套丛书是上海市教委第四届重点学科建设项目之一,书的撰写、出版都得到了重点学科的资助。它当然也可作为参考教材使用或供影视艺术爱好者参阅。就此匆匆打住,忝为序言。

金丹元 金冠军

2004年12月

# 目 录

总序 金丹元 金冠军/1

## 第一章 电视文化与审美/1

第一节 文化与审美的含义/2

一、关于文化观念的演进与后现代文化/3

二、对电视审美文化的界定及其与现代传播的关系/9

第二节 当代电视文化形态的审美特征/13

一、信息成为画面/14

二、框架的能指性/16

三、拼贴与多元共存/17

四、流动夹带着随意/19

五、瞬间与重复同在/21

六、现实与超现实的合一/23

第三节 全球化语境下电视审美文化的功能与文化观/25

一、电视审美文化的功能/26

二、电视迷、电视病与电视神话/30

三、全球化意识中的电视文化观/37

(一)电视文化中的全球性色彩及其弊端/38

(二)所有权观念的转变及其挑战/42

(三)西方强势文化对民族文化的挑战/43

**第二章 电视审美文化、意识形态与社会变革/47**

第一节 电视审美文化的可塑性/48

一、电视作为审美文化的文本及其话语特点/49

(一)文本的非连续性/53

(二)放大与压缩/57

(三)极具亲切感的家庭性/59

(四)现场感和即时性/63

二、电视审美文本在拍摄和制作中的可塑性/65

(一)前期拍摄过程对文本的塑造/65

(二)后期剪辑制作对节目的塑造/68

第二节 电视审美文化与意识形态的关系/70

一、关于“意识形态”的定义/71

(一)经典马克思主义的意识形态/72

(二)法兰克福学派的文化工业和意识形态/74

(三)阿尔都塞主义的意识形态观/76

(四)葛兰西的霸权观念与意识形态/79

二、电视审美文化中所体现的意识形态性/81

(一)电视文化间的相融与争夺观众/82

(二)“文明的冲突”/83

(三)性别之争中的意识形态/86

第三节 社会变革与电视审美/87

- 一、现代化与电视审美/88
- 二、社会变革与电视倾向的变化/93

### 第三章 大众文化与审美消费/99

#### 第一节 作为商品的电视文化/100

- 一、电视文化产品是一种特殊的精神性商品/100
- 二、文化商品与大众趣味/105

#### 第二节 电视审美中的大众文本/109

- 一、电视审美中大众文本的一般特点/110
- 二、电视审美中的大众文化、精英文化与主流文化/117
  - (一)电视审美中的大众文化与精英文化/117
  - (二)电视审美中的大众文化与主流文化/121

#### 第三节 电视审美:文化共享与社会消费/126

- 一、文化共享与流行和时尚的诞生/126
- 二、电视消费文化与审美互动/131
- 三、文化共享与多样消费/136

#### 第四节 电视中的民间文化与纪实性/142

- 一、电视中的民间性与纪实性/143
- 二、电视审美中的民间性与人文色素/147

### 第四章 电视中各节目类型的审美文化/154

#### 第一节 新闻类节目中的审美因素/156

- 一、真实是电视新闻审美的基础/156
- 二、解说与影像语言的统一/159
- 三、新颖、多样的形式美感/162
- 四、于新闻中透出人文关怀/165

#### 第二节 文艺类节目中的审美文化/167

- 一、文艺的电视形式展现/169
- 二、文艺类电视节目的审美特征/176



- 三、电视文艺节目中的人文关注/178
- 第三节 纪实类节目中的审美发现/179
  - 一、电视纪实类节目的文化关怀/181
  - 二、电视纪实节目中的娱乐性因素/184
  - 三、关于中国电视纪录片审美理念的演变/186
- 第四节 娱乐节目中的审美效应/188
  - 一、电视娱乐节目的审美效应/190
  - 二、对电视娱乐节目的文化思考/192
- 第五节 关于谈话类节目中的审美性/194
  - 一、饶有趣味的话题与吸引观众参与/195
  - 二、在谈话形式中体现审美/196
  - 三、谈话节目的人文关怀与高雅的审美情趣/198

## 第五章 电视剧类型与电视电影叙事中的审美性 /205

- 第一节 90年代后主旋律电视剧中的审美亮点/207
  - 一、于多样题材中显现平民化视角的崇高/208
  - 二、在煽情中突出现实主义的魅力/212
  - 三、本土特色和时代精神/217
- 第二节 以家庭为题材的电视剧中呈现出的审美共性/221
  - 一、以家庭为题材的电视剧中体现出来的时代意识/222
  - 二、重视伦理价值,突出情感力度/224
  - 三、对婚恋、家庭生活的细致关注/228
- 第三节 历史剧·古装戏与审美文化/231
  - 一、历史剧(与古装戏)中的审美文化/232
  - 二、古装戏(历史剧)与消费历史/237
- 第四节 青春偶像剧——都市流行文化的白日梦/241
  - 一、青春偶像剧盛行的社会文化背景/241
  - 二、故事的虚假性和细部的真实性/244
  - 三、“灰姑娘”和“灰王子”的传奇/246

四、现代的情感生活和传统的民族心理/248

第五节 武侠电视剧的审美特征/249

一、“寻宝”与“复仇”的叙事模式/251

二、武打设计中的中国式奇观与消解暴力/253

三、民族审美文化的意蕴之美/256

第六节 我国情景喜剧的审美特征/259

一、在虚幻性中产生剧场性/260

二、日常性和当下性/262

三、人物的卡通化/263

四、相声小品化和方言的运用/265

第七节 电视电影叙事中的审美特性/267

一、融影视技艺于一体的审美效果/267

二、于现实感中显现“本土性”的审美穿透力/269

三、从散文化叙事中见出人文关怀/275

## 第六章 电视中的身体文化与狂欢/280

第一节 电视中的身体文化与审美/281

一、电视审美何以纳入身体文化? /282

二、以审美的方式关怀人的身体/285

第二节 电视身体文化的张力作用/289

一、电视身体文化中的群体“窥视”、自恋及其与“废墟”的纠缠/290

二、身体文化中的认同与差异性/299

第三节 身体文化与狂欢/304

一、狂欢中的身体文化与自我体验/305

二、审美中的狂欢、碎片、释放与自律/310

## 第七章 电视审美文化的生产、传播与接受/315

第一节 电视产品的生产与观众接受/316

- 一、作为文化产业的电视与观众的接受视点/316
- 二、被动地“看”与主动投入/322
- 第二节 电视传播与现代审美接受/326
  - 一、现代审美心理学的启示和移位/327
  - 二、期待视野与文化品位/334
  - 三、大众传播、小众(分众)传播与频道专业化/339
- 第三节 技术与艺术结合后的审美创新/347
  - 一、技术改变着人的审美领域/348
  - 二、艺术与技术互补中的审美创新/350

## 第八章 后现代景观中的电视审美文化/354

- 第一节 后现代语境与中国影视文化/355
  - 一、当下中国影视审美无法回避的国际性“后语境”/355
  - 二、在“后语境”中,前现代、现代主义与后现代主义互渗的必然性/361
- 第二节 中国影视审美与体现先进文化/366
  - 一、现代性、中国影视审美与先进文化/366
  - 二、中国影视审美的现代性转换与在“后语境”中体现“先进文化”/370
  - 三、后现代语境下中国电视文化的对策性应变/378
- 第三节 数字化时代的电视审美文化/383
  - 一、“数字化时代”之概念辨析/384
    - (一)光电传播的技术层面/384
    - (二)信息革命的历史层面/385
    - (三)人文理性的认知层面/386
  - 二、电视技术形态的沿革与演变/388
    - (一)模拟电视技术——电视发展的雏形/388
    - (二)“数字化时代”的电视技术/391
  - 三、数字化时代下多元的电视文化审美/393
    - (一)多元并蓄的文化空间/393

- (二)视觉文化与符号革命/395
- (三)“揭示真实”与“虚拟美学”/397
- (四)梦幻营造与人文陷阱/399
- (五)交叉互动与自由参与/401

#### 第四节 后信息时代中审美文化的多元走向/403

##### 一、后信息时代与审美形态的多元化/404

- (一)从科技和艺术的互动来看审美文化的多元化/405
- (二)从影像符号与文字符号中的文化共享看审美形态的多元化/407
- (三)从传媒视角与受众审美心理的互动看审美形态的多元化/409
- (四)从传统文化与现代文化的交织融合中看审美形态的多元化/411

##### 二、网络与电视的悖论与共存/413

- (一)网络——迎来了驰骋于电子游牧的时代/413
- (二)电视——现代社会中不可缺少的传播媒介/416
- (三)悖论下的共存/418

##### 三、影像审美文化的无限拓展空间/421

后记/426

# 第一章

## 电视文化与审美

今天的学术界,许多人都认为,与其将电视视作一门艺术,不如将它视作一种新型的文化样式或文化形态更贴切。与其小心翼翼、甚至难以自圆其说地大谈电视美学,不如无所顾忌地来讨论电视审美。于是,越来越多的有关电视文化的著作相继问世。而讨论各种电视审美的论著也相继出现。

然而,在当下电视的各种反映形式中,文化与审美是不可游离的。尽管许多论者都已谈到电视文化是一种大众文化、消费文化,西方学者更是直截了当地认为,电视是一种后工业产物,因此,它本身就是一种后现代文化,如美国的尼古拉斯·阿伯克龙比就直言:“我的观点是电视是典型的后现代主义形式”。<sup>①</sup>也有人认为电视实际是一种“后现代媒体”。<sup>②</sup>毫无疑问,在今

① 见[英]尼古拉斯·阿伯克龙比:《电视与社会》中译本,南京大学出版社2001年版,第47页。

② 见[英]安吉拉·默克罗比:《后现代主义与大众文化》中译本,第三章。

天这样一个全球性泛后现代主义语境中,现代电视及其文化的表现形式肯定会或多或少地带有某种后现代性。美国纽约州立大学的尼古拉斯·米尔佐夫甚至认为:“后现代主义即视觉文化”,“后现代是现代主义和现代文化因面临自身视觉化策略的失败而引起的危机,换言之,它是造成后现代性的文化所带来的视觉危机,而不是其文本性的危机”。<sup>①</sup>那么,作为视觉文化的重要一元的电视,其文化与后现代性又是如何同审美联结在一起的呢?为更清晰地说明电视荧屏上的文化审美,我们觉得有必要对文化演进、后现代文化、审美文化再作明确的界定。

## 第一节 文化与审美的含义

文化与审美本属两个完全不同的范畴,是现代的“文化研究”者将两者拉近、沟通、融合,继而产生了新的“审美文化”的概念。而电视作为一种以声像合一的手段进行传播的方式,更是兼容了“文化”与“审美”这两种最常见的形态及其挥发功能。电视不仅具有麦茨所说的电影的五种基本的传播元素:影像、文字、声音、音乐、音效,而且,还有栏目标记、主持人、频道、动画、特技等各种符号形式。因此,它比以往各种传播媒介更易迅速、便捷地传达当代文化的演进和现代人的审美思潮、审美观。这无疑也易使文化与审美的含义更为模糊,甚而融为一体。特别是纪录片、广告、音乐电视、现场直播的联欢晚会、歌舞、曲艺,乃至体育竞赛,往往很难将其文化的内涵与审美因素割裂开来,于是电视荧屏也就成为当下现实生活中最集中,也是最普遍的一种审美文化形态,不分昼夜地伴随着人们的日常生活和视觉消费。

<sup>①</sup> [美]尼古拉·米尔佐夫:《什么是视觉文化》,《文化研究》(先锋学术论丛)第三辑,天津社会科学出版社2002年版,第3页。

## 一、关于文化观念的演进与后现代文化

文化,是一个“包罗万象的复合体”。它既有历时性的一面,又有共时性的一面。因此,文化的延续能量与塑造力极强,如大而言之,在漫长的进化过程中,一个民族的文化逐渐地塑造了这一民族的历史与个性,以及特殊的民族审美、民族艺术,并由此而产生的民族心理特征等等,人类文化则滋养着全人类的共性,而区别于其他高级动物。不同的文化又直接影响到不同的人的行为方式、生活方式和生存状态,如林顿认为:“一个文化即是学到的行动及行动结果的统一形态,其构成要素为物质社会的成员们所拥有,所传授”。<sup>①</sup> 据悉,“文化”一词最早源自于拉丁文“CULTURA”意指耕作、栽培、教育、教养等等。可见西方的“文化”观念最先也源自于农耕文化。随着人们的认识和理解能力的逐渐深化,如今,从系统论的观点看,文化是一个由许多子系统组合而成的多层次结构,可包括人类社会历史实践过程中所创造的一切物质的和精神的财富,也包括与之相适应的制度和组织结构。为此,前苏联著名系统论美学家卡冈曾将文化理解为“包括人类活动的方式和产品的全部丰富性”。<sup>②</sup> 在中国古代,“文”与“化”,本可作分开解,《说文解字》上说:“文,错画也,象交文”。这里的“文”是指花纹、纹饰。《论语·子罕》中讲到的“文王既没,文不在兹乎?天之将丧斯文也……”云云。朱熹曾注为:“道之显著谓之文,盖礼乐制度之谓,不曰道而曰文”。这里的“文”是指制度以及文王以后的全部文化遗产,“文”即文化也。《易·贲·象》中又云:“观乎天文,以察时

<sup>①</sup> 见《日本·民族文化史》引 Ralph Linton:“The cultural Background of Personality”(1947)

<sup>②</sup> [苏]莫伊谢依·萨莫伊洛维奇·卡冈:《美学和系统方法》中译本,中国文联出版公司1985年版,第226页。

变,观乎人文,以化成天下”。不仅指出了“天文”与“人文”的不同,而且强调了“化”。孔颖达在注疏“化成天下”时指出:“观乎人文以化成天下者,言圣人观察人文,则诗、书、礼、乐之谓,当法此教而化成天下也”。这就有了“文明”和“教化”的意思,实际上《毛诗序》中早就强调过“教以化之”。《礼记·中庸》也说过,“可以赞天地之化育”。这样,我们不难发现在中西方的古代,先贤们已经将文化与文明、教育、培养等联系起来加以理解。所以,19世纪最具影响力的英国人类学家泰勒在其《原始文化》中提出的著名定义,至今仍有其重要参照意义:“所谓文化或文明乃是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及包括作为社会成员的个人而获得的其他任何能力、习惯在内的一种综合体”。<sup>①</sup>

20世纪有关文化的界定和研讨不断深入,使得人们对文化的规定性有了更为全面和科学的理解,其中最著名的,则是由美国两位文化学家克鲁伯、克拉克洪在分析了160多个文化定义以后,提出的文化概念:

文化包括各种外显或内隐的行为模式,它通过符号的运用使人们习得或被传授,并构成人类群体出色成就,包括体现于人工制品中的成就,文化的基本核心包括传统(即由历史衍生及选择而成)观念,尤其是其价值观念。文化体系虽可被认为是人类活动的产物,但也可被视为限制人类做进一步活动的因素。

——《文化:概念和定义的批判性回顾》

从这个定义可归纳出文化的几个要素:①人的行为模式(外显的与内隐的)。②人的行为成果。③象征符号。④限制人类进一步活动的因素。而其中,价值体系则是文化的核心。而发展至今日,国际上对文化的理解又有了新的认识,这种新的认识是同大众文化、审美的、感性的文化形态密切相关的。如英

<sup>①</sup> 转引自《文化学辞典》第109页,中央民族学院出版社1998年版。



国的威廉姆斯认为,“文化”可以理解为一种对“思想、精神和审美发展的一般过程的描述”,可以理解为是“一种特殊的生活方式”,也可以说“文化是音乐、文学、绘画和雕塑、戏剧和电影”。<sup>①</sup>这就出现了一种新的“文化研究”。在西方,伴随着现代化进程和现代消费主义的不断升温,出现了对文化权力和大众文化的研究,如以霍克海默、阿多诺、马尔库塞等为代表的法兰克福学派和以理查德·霍加特、雷蒙·威廉姆斯、斯图亚特·霍尔、托尼·贝内特等为代表的英国的后西方马克思主义(也称为“文化马克思主义”),曾是这种研究的生力军。紧接着出现的女权主义、后殖民文化理论、晚期资本主义理论、后现代消费文化等,继承并发展了这一研究的逻辑轨迹,特别是当前正处于热烈讨论中的“文化诗学”和“新历史主义”被视作是对后现代主义的一种救赎,引起了许多中国学者的关注。其实,它们也仍然是全球化背景下的后现代文化研究的一种延续。

关于后现代文化,国内外都已经有过许多介绍、讨论和相对一致的看法,笔者也曾多次撰文认为:一方面要看到后现代是后工业社会的产物,后现代文化所表现出来的消解中心、反逻各斯主义、反权威、反理性、无深度、零散化、变形、异端、模糊性、多元性、断裂、消解主义等等,是从对现代主义的怀疑和反动肇始的,另一方面也要看到后现代文化与现代主义文化有着某种不可游离的内在联系,正如美国学者伊哈布·哈桑所言:“现代主义与后现代主义不是由铁障或长城分开的”。而且,他认为“在我看来,我们都同时可以是维多利亚人、现代人和后现代人”。<sup>②</sup>这在中国也一样,今天,开放了的中国既有传统文化的存在和发展,也仍有现代主义、先锋艺术的市场,更有后现代文化及其因

<sup>①</sup> R·威廉姆斯《关键词》(Key Words),转引自杜卫:《审美文化研究新议》,《文艺研究》1995年第3期。

<sup>②</sup> [美]伊哈布·哈桑:《后现代转折》,王岳川译,转引自《后现代主义的突破》,敦煌文艺出版社1996年版,第23页。