

# 电视的“言说”

---

——电视表达的文化阐释

包鹏程 著

安徽大学出版社

# 电视的“言说”

---

——电视表达的文化阐释

包鹏程 著

安徽大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

电视的“言说”——电视表达的文化阐释 / 包鹏程著.  
—合肥:安徽大学出版社,2009.8  
ISBN 978-7-81110-631-2

I. 电... II. 包... III. 电视文化—研究 IV. G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 140143 号

本书得到了安徽大学人才队伍建设经费的资助

## 电视的“言说”

——电视表达的文化阐释

包鹏程 著

---

出版发行	安徽大学出版社 (合肥市肥西路3号 邮编 230039)	经 销	新华书店
联系电话	编辑部 0551-5108272 发行部 0551-5107784	印 刷	中国科学技术大学印刷厂
电子信箱	ahdxchps@mail.hf.ah.cn	开 本	880×1230 1/32
责任编辑	程忠业	印 张	10.375
封面设计	孟献辉	字 数	223 千
		版 次	2009年8月第1版
		印 次	2009年8月第1次印刷

---

ISBN 978-7-81110-631-2

定价 19.00 元

如有影响阅读的印装质量问题,请与出版社发行部联系调换

# 目 录

---

<b>第一章 引论</b> .....	1
第一节 电视究竟给我们带来什么 .....	1
第二节 电视表达研究路径的变革与发展 .....	10
第三节 论题的意义及研究框架 .....	17
<b>第二章 电视的话语符号与叙事</b> .....	33
第一节 作为文化象征的电视符号系统 .....	35
第二节 电视叙事“格栅”的背后 .....	47
第三节 电视语言表达中的修辞 .....	72
<b>第三章 电视屏幕中再现的世界</b> .....	83
第一节 政治、现实和激情的再现 .....	85
第二节 电视中的消费话语空间 .....	100
第三节 刻板的人物形象 .....	120
第四节 电视传播中的国家形象 .....	134

<b>第四章 准则与社会意义的连接</b> .....	146
第一节 电视新闻的图式、客观性与新闻价值 .....	149
第二节 电视娱乐节目——日常生活的普遍景观 .....	162
第三节 电视虚构的形象表达 .....	176
<b>第五章 电视作为谁的叙述者</b> .....	196
第一节 干预逻辑与意识形态 .....	197
第二节 眼球经济 胜者为王 .....	208
第三节 隐喻性的心理逻辑 .....	223
<b>第六章 多重语境下的媒介选择与互动</b> .....	240
第一节 语境化与电视文本语境 .....	242
第二节 后现代语境中的意义内爆与消解 .....	251
第三节 国际化的传播环境与电视 .....	263
<b>第七章 第二媒介时代的电视</b> .....	280
第一节 媒介融合中的电视发展 .....	282
第二节 跨时空传播能力与媒介素养 .....	293
<b>第八章 结论：作为“有意义”话语系统的表达</b> .....	308
<b>参考文献</b> .....	314
<b>后 记</b> .....	324

## 第一章

# 引 论

## 第一节 电视究竟给我们带来什么

### 一、现代电视“穴居人”

柏拉图在他的《理想国》中描写了一群生活在洞穴里的人，他们的“头颈和腿脚都绑着，不能走动也不能转头，只能向前看着洞穴后壁”。<sup>①</sup> 他们的身后某处一面矮墙后面点燃着一堆火，“一些人拿着各种器物举过墙头，从墙后面走过，有的还举着用木料、石料或其他材料制作的假人和假兽……他们可以看着火光投射到洞壁上的阴影……”<sup>②</sup>柏拉图有关“穴居人”的描述似

<sup>①</sup> [古希腊]柏拉图：《理想国》，郭斌和等译，第272页，北京：商务印书馆，1986。

<sup>②</sup> [古希腊]柏拉图：《理想国》，郭斌和等译，第272页，北京：商务印书馆，1986。

乎就是对现代社会中的电视观众生活的某种“预言”：电视观众成天坐在沙发上，目不转睛地盯着电视屏幕，或者漫不经心地边干活边瞅着电视……在光影闪烁的电视世界中，电视观众或者追踪着突发新闻事件的前因后果，或者沉迷于电视剧所营造的悲欢离合的情境中，心情随剧中的人物的命运的变化而起伏跌宕，或者为一场精彩绝伦的直播球赛而兴奋不已，或者为自己的偶像而欢呼、流泪，现在的电视观众像“穴居人”一样迷恋这“影子”般的世界。

对电视“影子”世界的眷恋的绝不是个别人或个别国家里的人，他们分布在世界各地的不同国家、不同民族、不同文化里的许许多多人都把大量的时间消耗在电视上。这些现代“穴居人”不仅群体庞大，而且每天都长时间地沉浸在电视所营造的虚幻的世界里。

世界各地除非洲地区的电视普及率比较低、电视观众群体比较小外，其他地区电视观众都超过 50% 以上，一些发达地区电视普及率已经基本上达到 90% 以上，电视观众的数量可想而知。在中国，CSM 的调查数据显示，在 2006 年，中国内地年龄在 4 岁及以上的电视观众规模达到 11.99 亿人，占全国 4 岁及以上人口的 95.84%。<sup>①</sup> 一些发达国家，电视观众普及率十分高。早在 1998 年，美国就有 9040 万个家庭（美国 98% 以上的人口）有电视机，每家平均有 1.651 个电视观众。<sup>②</sup>

在美国，每个家庭平均每天开电视 7 个半小时，每人每天

① 崔保国：《2006 年中国传媒产业发展分析》，www.China.com.cn。

② Broadcasting/Cable Yearbook 1989, Broadcasting Publications Inc. G16.

的平均收视时间大约是 230 分钟,<sup>①</sup>如果按照美国现有人口比例算,美国人一年消耗在电视上的时间大约为 3.9 亿个小时。《世界 2003—2004 电视媒体指南》数据显示:2002 年,世界各地观众平均每天用于观看电视的时间是 204 分钟,2002 年世界人口是 64 亿,在全球人们用于收看电视的时间就高达 217 亿小时。不同地区观众收看电视的时间有些差异,但总体上相差的时间不多,从世界各大洲观众收看电视的区域分布状况看,中东地区最多,亚太地区最少,各洲具体的收视时间如下表:<sup>②</sup>

地区	覆盖国家/地区	日均收视时间	与 2001 年相比
非洲	1	180 分钟	+4
欧洲	36	212 分钟	+9
拉丁美洲	19	193 分钟	+2
中东	2	255 分钟	+19
北美	2	255 分钟	+13
亚太地区	17	155 分钟	=
世界平均	72	204 分钟	+3

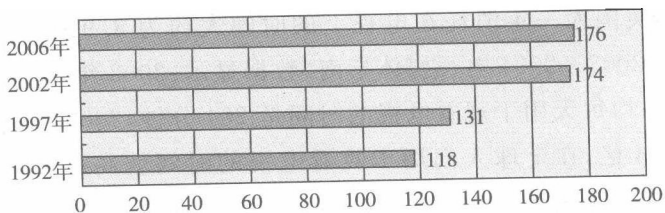
从世界范围看,随着电视的普及和电视节目的不断创新,加上电视观众对电视依赖程度的进一步加深,近些年来,电视观众用于收看电视的时间还在呈缓慢增长的趋势。如中国观众收看电视的时间从 1992 年的 118 分钟增加到 2006 年的 176

① [美]贝尔吉:《媒介与冲击:大众媒介概论》(第四版),赵敬松译,第 20 页,大连:东北财经大学出版社,2000。

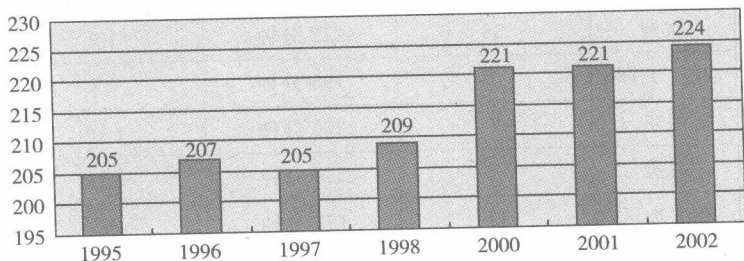
② 资料来源:香港 CMM 信息咨询有限公司编译:《世界 2003—2004 电视媒体指南》,第 204 页,北京:中国国际广播出版社,2004。



分钟,其不同年份的收视时间如下图示:<sup>①</sup>



而对世界不同国家和地区的观众收视时间的发展趋势的调查也显示,从1995年到2002年,收视时间处于小幅走高,即从1995年的每天205分钟增加到2002年的224分钟。如下图所示:<sup>②</sup>



从以上的数据分析可以看出,尽管由于政治、经济、技术等方面的原因,世界各地收看电视的观众规模和收看时间存在一定的差异,但总体差别不大。从收视的整体发展走势看,世

① 资料来源:中央电视台总编室:《2002年全国电视观众抽样调查分析报告》,2003年1月;崔保国:《2006年中国传媒产业发展分析》,www.China.com.cn。

② 统计的30个国家、地区,包括比利时(南部和北部)、丹麦、芬兰、法国、德国、希腊、爱尔兰、意大利、荷兰、挪威、葡萄牙、西班牙、瑞典、瑞士(德语、法语、意大利语)、英国、匈牙利、土耳其、阿根廷、巴西、智利、墨西哥、委内瑞拉、加拿大、美国、澳大利亚(墨尔本和悉尼)及南非。

资料来源:香港CMM信息咨询有限公司编译:《世界2003—2004电视媒体指南》,第204页,北京:中国国际广播出版社,2004。

世界各地的观众收视时间还会有一定的增加,而有关数据的统计也充分显示了这一点。

## 二、充满魅力与诱惑力的电视世界

电视中那些看似十分虚幻的世界究竟凭着什么有如此大的魅力,能对不同地区、不同文化、不同年龄、不同性别的观众产生巨大的吸引力,而且这种吸引力还在增大呢?有一些事实似乎可以说明这样这一现象。

1969年夏,美国对人类第一次登月进行了电视直播,全世界约有8亿人同时看到这一人类壮举。1986年,美国“挑战者号”航天飞机不幸爆炸场面通过电视镜头传遍世界。1991年的海湾战争、2003年的伊拉克战争,世界各地的观众都是通过电视镜头观看到现代战争的现场画面。而对中国人来说,2008年9月27日16时58分是值得纪念的时刻,中国航天员翟志刚圆满完成中国航天员的第一次空间出舱活动,亿万双眼睛目睹了这一历史时刻。电视可以把发生在世界某个角落的事件以每秒30万公里的传播速度传遍世界,电视总是将世界最新的变化第一时间传播出去。同时电视将现实世界中丰富多彩的图像、声音和文字汇聚在一起,作用于人的视觉与听觉,形成了立体的、多层次、多角度的视听天地。电视所表现的世界如此广阔,如此逼真,如此及时,我们仿佛置身电视所建构的世界里。

电视好像是一块玻璃镜,透过它可以洞悉生活和人生;电视更像是变换着的人生风景,电视里,有月射寒门的幽怨,有夕阳西落的壮丽,有叶儿飘落时的孤寂,也有无限的悲哀与感动,它有时表现为风和日丽,有时充满着暴风骤雨。电视更是许多人物活动的舞台,观众可以通过电视观看各种人在这个舞台上

上演着的人生悲喜剧。电视等“媒体是连接我们和外界之间的桥梁：它用信息、经验、人物、形象和观点使我们相互联系，虽然如果不是这样，它们通常不会成为我们日常生活的一部分，但是，媒体能影响我们对于信息、经历、人物、形象、观念的选择”。<sup>①</sup> 电视成为观众了解世界的“窗口”。

电视是用画面和声音忠实地“记录”世界，在电视中，无论是电视新闻，还是电视剧，一个不变的法则就是按照事物发展逻辑来揭示生活和人生的真实，所以电视中的事件的存在具有合理性，事件发展也合乎现实生活的逻辑，因此它总是给观众以真实的感觉。对生活的充分展示，特别是电视的现场报道，将现实生活中发生的戏剧化的过程通过电视画面真切表现出来，让原来局限在一定时空中的人们看到了世界的丰富性，也看到世界的另一种真实，因此电视在表现世界真实性的同时也展现了现实世界的丰富性。

电视的图像是由电子扫描而成的，电视图像没有电影图像的清晰度高（即使高清晰电视也无法赶上电影的图像质量）；电视屏幕的尺寸比较小，电视中的人物要比实际人小，观众可以在俯视电视中的人物。但电视图像一个重要特征就是：“它所产生的最有特色的结果是人物特写镜头的大量使用，这些特写镜头在不同类型的节目中有比较细致的区分……新闻纪实类节目的特写镜头范围大一些，包括头部和肩部，有一定的，甚至是审慎的距离感……而在电视的特写镜头中人物的面部接近于真实的比例，从而剔除了距离感和隔膜感而使观众对他们产

<sup>①</sup> [美]科克利：《体育社会学——议题与争议》（第6版），刘精明等译，第464页，北京：清华大学出版社，2003。

生了平等亲切的感觉……电视图像能够使观众产生直接交流的感觉,这种即时性可以通过多种途径获得。首先,电视节目经常使用直接交谈的方式——对着观众说话,就好像他们之间正在进行交谈一样。播音员和新闻评论员在屏幕上出现的时候,眼睛直视镜头,偶尔下垂眼睛,仿佛在同电视机前的观众进行常用的直接交谈一样……其次,电视的恒在性和它的系列模式,有助于使观众形成一种电视节目会永恒存在的感觉。”<sup>①</sup>

电视图像的表现特征和口语化的表现方式所产生的一个影响就是,公众领域与家庭个人空间的界限逐渐被打破,电视完完全全走进了我们的家庭,也使得观众有更多的时间接触到电视节目,电视似乎也在家庭的客厅、卧室这样私密的空间里找到了“用武之地”,它每天从容不迫、娓娓道来。英国一部电视连续剧《捕鼠器》于1952年11月25日开播,至今已播放了几十年。电视新闻总是在第一时间将发生在世界各地的重要的、新奇的、有趣的事用视觉化的“语言”告诉观众。电视与人这种亲密的关系也激发人们直接参与到电视事件中去,使两者的关系更加密切,显示出电视的强大的亲和力。“由于电视的纪录性、室内性和与观众见面的定期性而显然改变了感受上的‘心理距离’。所以,尽管电视转播一系列没完没了的人物,但是感受上的心理焦点不是落在形象上,而落在实在的个人即扮演者本人,或者不是落在形象上,而是落在‘影像’上,落在观众把实在的人与之混为一体的‘银幕面具’上”。<sup>②</sup> 电视在给我们提供

① [英]麦克奎恩:《理解电视》,苗棣等译,第7页,北京:华夏出版社,2003。

② 杨河山、曹茜:《电视文化》,第46页,哈尔滨:北方文艺出版社,1992。

观察、了解世界的“窗口”，并激发我们参与社会公共性事务。

电视线性的传播特点(数字电视对电视的线性传播的改变将具有重大意义)决定了电视需要“快速吸引”观众,电视的主题和场景都要快速转换,电视必然将复杂的世界简化,电视新闻记者“要求被采访者提供简要的、具体的回答,而这种回答不需要深思熟虑,当然,也不能有所迟疑”。<sup>①</sup>这样,我们的观众无需动多少脑筋就可以看明白电视在说什么,因为电视里的世界是一个简化了的世界。

正如柏拉图在《理想国》里所追问的那样:“除了它们的阴影而外,囚徒们能看到它们别的什么吗?”<sup>②</sup>如果把这样的追问用于电视,我们可以肯定地回答:除了影子的世界,别的什么也看不见!电视不断地将模拟的现实通过电视传送出去,现实被虚化成影像,现实被电视“模拟”出来了,我们以为电视表现的现实就是真正的现实,人的现实感在慢慢消失,慢慢地,我们只能生活在一个虚幻的、非真实的世界里,这正是波德里亚所称的“意义的内爆”。

电视里有眼花缭乱的商品广告,在传播这些商品信息时,还会向观众喋喋不休地诉说着,拥有这些商品就等于拥有了成功和幸福;而电视中精美的画面会时不时地激发起我们拥有这种物质的欲望,并产生渴望获得各种物质产品的体验。在这个充满着欲望的电视世界里,我们以前拥有的价值观念(如一个人需要奋斗、要为自己的理想而学会等待),在电视的世界里顷

<sup>①</sup> [美]古德尔等:《人类思想史中的休闲》,成素梅等译,第225页,昆明:云南人民出版社,2000。

<sup>②</sup> [古希腊]柏拉图:《理想国》,郭斌和等译,第273页,北京:商务印书馆,1986。

刻间坍塌了,电视告诉我们,不需要付出太多就可以拥有,无需等待就可以实现,电视给观众一个无需承担更多责任的期许和许多近乎乌托邦式的想象。所以,电视里的世界是一个充满诱惑的世界。

色情和暴力成为电视遭到诟病的原因。从20世纪50年代以来,西方对有关电视暴力问题进行了3000多项研究,这些研究普遍赞成这样的观点,沉溺于电视暴力中的人更具攻击性。电视暴力对儿童的影响更大,因为他们有机会接触到许多带暴力的电视节目。每个12岁左右的美国儿童,平均要接触到10万个暴力场面。在英国,每三个节目中就有一个节目里有暴力内容。澳大利亚的电视每个小时的节目中就会播出10起暴力行为。在亚洲,新加坡古纳塞拉博士研究发现,在孟加拉、印度、印度尼西亚、马来西亚、巴基斯坦、菲律宾和泰国等8个国家,20.38小时的节目中,暴力节目的数量孟加拉国有7个,菲律宾有38个,几个国家平均21个,在每个抽样节目中的比例平均为73.8%,暴力事件总数平均176.2起,平均每小时出现暴力事件从印度的1.7起到菲律宾的16.6起。<sup>①</sup>

电视的两重特性,也使得大众对电视的看法截然不同。有人竭力赞美电视,他们把电视看做现代技术的神话,甚至把电视看做真、善、美的化身。但与电视赞美者不同,许多人对电视和电视文化大加批判,他们把电视比做“充满着诱惑力的小妖女”,更为严厉的是,有人认为电视是使人从无聊中奋力挣脱出来又让人陷入更深、更无聊的怪兽。

---

<sup>①</sup> 杨河山、曹茜:《电视文化》,第7~8页,哈尔滨:北方文艺出版社,1992。

在有关电视文化的作用和地位的争论中,电视研究者也从各自的立场出发对电视的是与非、成与毁、功绩与过失,发表着自己的看法,坚持着自己的见解。当然,更多的学者是从学理的角度进行了理性的建设性的探讨,例如对电视是什么、电视表达了什么、电视的影响如何、电视如何成为意识形态的工具的、电视与经济的关系如何、电视又是如何承载着关于社会结构、社会变迁和社会矛盾的日常表达的,等等。这些研究充分肯定了电视的积极功能,例如,电视越来越多地代替以往的家庭、学校等传统机构,承担起对个人的社会教化和塑造社会集体意识的功能。

## 第二节 电视表达研究路径的变革与发展

电视拥有视听兼备的“语言”,即电视既用声音又用画面来表达意义,是声画的统一体或同一体。这种视听语言既有大部分陈述性的传统语言(无论是口头形态还是书写形态)的特点,同时又能对陈述对象直观地加以呈现。

电视是面向大众的传播媒介,因此电视语言具有广泛交流的特点。但由于社会因素和其他因素的影响也造成了电视“言语”的出现,所以对电视的研究既要重视电视的语言,也要重视电视的“言语”,特别是对电视的声画研究就需要关注各种社会因素对电视“言语”的影响。同时,电视语言也必然服从媒介特性的制约,在这种制约条件下所使用的语言,我们也称它为“媒介语言”。媒介语言受到传播技术、传播环境等因素的影响。

从研究的角度看,由于研究者的理论出发点不同,对电视

表达的研究的立足点、研究的路径和方法也会不同。理论可以提供特定的研究视角、研究框架,指导研究的方向。作为研究的基础,理论可以为研究提供特定的范式和概念体系。而理论模式不同,对研究结果的解释也会有很大的差异。

由于电视表达研究受到电视语言、言语、电视媒介以及不同的研究理论的影响,加上时代因素,有关电视表达的研究呈现出丰富多彩、风格各异的特点。

### 一、中国:多重变奏与合奏的电视表达研究

电视表达研究是电视传播研究中的一个部分,它的发展也是从无到有、从经验性总结逐步走向理论化。从整体的研究趋向看,中国的电视表达研究经历了以下几个阶段:

20世纪50年代末期到70年代后期是中国电视表达研究的萌芽阶段。当时党中央提出:“电视台应根据自己的特点,担负起宣传政治、传播知识和充实群众文化生活的任务。”电视是社会意识形态的传声筒,电视表达也被定位为思想的工具,是为政治服务的。

20世纪70年代末期到80年代中期是中国电视表达研究的起步阶段。这一时期也是中国电视事业快速起步阶段,随着电视节目需求量的增大,人们对电视节目的品质要求也越来越高,电视传播研究也从对单一意识形态的关注,转向对节目自身特点和电视节目功能的研究。这个时期的研究焦点是电视语言,学术界和电视实务界发表了不少研究电视“语言”表达方面的理论文章,如《电视新闻要讲可视性》、《用镜头说话》、《谈议电视专题节目的解说词》、《电视评论写作技巧》等等。当时已经将电视“语言”的研究拓展到画面、解说、评论等几乎所有



的电视“语言”表达的领域。

20世纪80年代中期到90年代初期是中国电视传播研究的发展阶段。这一时期,电视传播研究者的视野更开阔了,电视传播研究也更加深入。有关电视表达研究也扩展到节目类型(如,电视新闻、社教、文艺、信息服务)、电视新闻的真实性、新闻纪录片创作、专题片创作等领域。对电视类型的研究立足于各类型的特点和各类型之间的区别。对新闻的真实性、新闻纪录片创作研究既涉及电视本质的研究,又涉及电视表达的研究。1993年刘春在《中国广播电视学刊》上发表了《纪实主义:电视纪录片的现代潮流》一文,指出:“纪实主义表现出作品表达层面的叙事真实与纪录过程的客观。它强调对于拍摄对象的物体与人体的尊重,强调保持生活自身过程的客观完整,强调对于现场信息结构的总体把握,强调对于现实时空运动关系的真实显现。”文章将叙事作为电视作品表达的一个方面。而对电视专题片研究,侧重于对专题节目题材的文化内涵的开掘和透视,注重对时代重大课题的分析研究,充分利用电视的各种技术与艺术手段以提高专题片的信息量与表现力,并且取得了较大的成就。

20世纪90年代中期以来,中国电视发展的速度和规模是空前的,有关电视表达研究成果的数量也很多,研究的领域也很广泛。研究内容涉及频道专业化、广电业集团化、制播分离、电视节目形态、电视语言、节目质量评估、节目主持人制度、制片人制度、收视率以及许多具体节目(栏目)的评价性研究等等。在这些研究中许多研究都和电视表达研究有关。

电视理论研究在这一时期被进一步强化。传播学被引入新闻研究以后,许多传播学理论观点也必然成为电视理论研究