



影视艺术与传媒系列丛书
河北省社会科学基金项目

电视艺术新论

DIANSHI YISHU XINLUN

郗建业 王利君 张继保 / 著



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

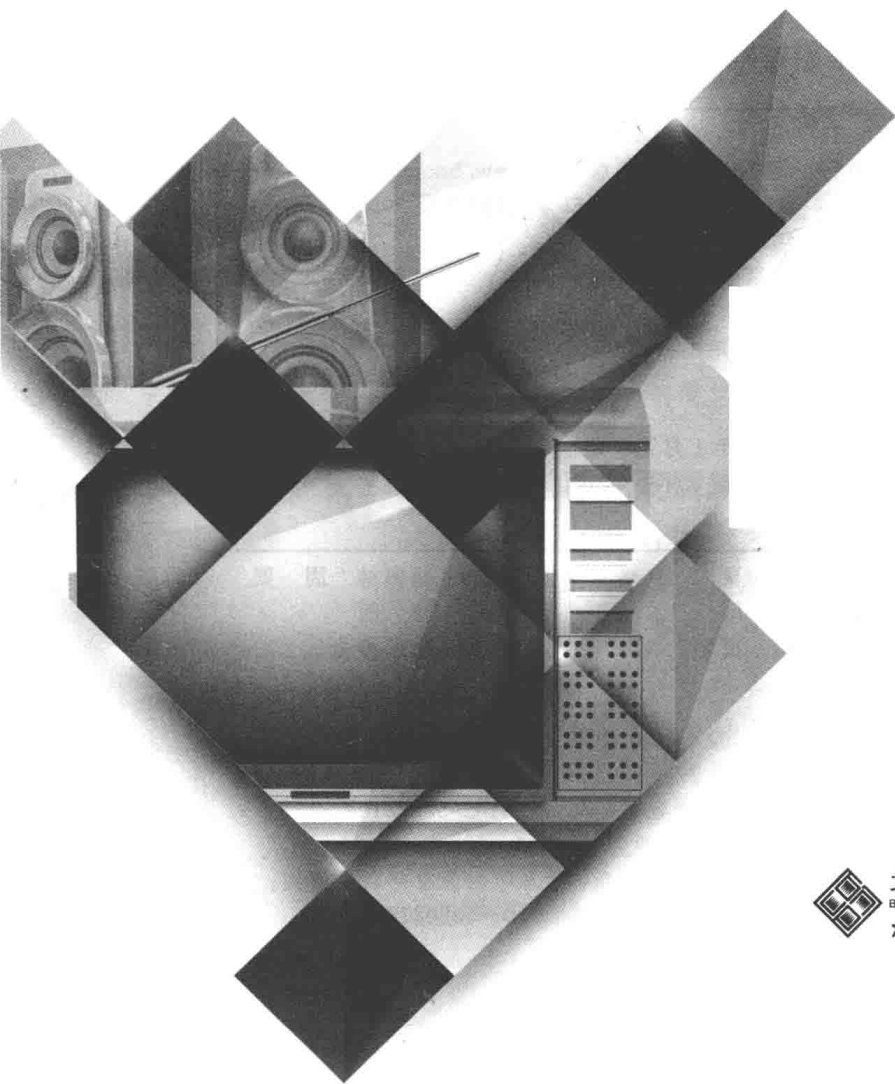


影视艺术与传媒系列丛书
河北省社会科学基金项目

电视艺术新论

DIANSHI YISHU XINLUN

郅建业 王利君 张继保 / 著



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视艺术新论/郗建业, 王利君, 张继保著. —北京: 北京师范大学出版社, 2016. 1

ISBN 978-7-303-18707-2

I. ①电… II. ①郗… ②王… ③张… III. ①电视—艺术—研究 IV. ①J9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 047083 号

营销中心电话 010-58802181 58802123
北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com>
电子信箱 gaojiao@bnupg.com

DIANSHI YISHU XINLUN

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnupg.com

北京市海淀区新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印刷: 北京中印联印务有限公司

经销: 全国新华书店

开本: 730 mm×980 mm 1/16

印张: 13.25

字数: 212 千字

版次: 2016 年 1 月第 1 版

印次: 2016 年 1 月第 1 次印刷

定价: 36.00 元

策划编辑: 周 粟

责任编辑: 马佩林 周 粟

美术编辑: 焦 丽

装帧设计: 焦 丽

责任校对: 陈 民

责任印制: 陈 涛

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58808284

目 录

第一章 电视艺术的角色定位 / 1

- 第一节 作为艺术的电视 1
 - 一、艺术本性的复杂化 1
 - 二、电视艺术身份的分辨 3
- 第二节 作为文化的电视 7
 - 一、电视艺术的双重文化品格 9
 - 二、电视艺术对于传统文化的传承与发展
..... 11
- 第三节 作为产业的电视 17
 - 一、文化产业与具备产业身份的电视艺术
..... 18
 - 二、电视文化产业发展阶段 21
 - 三、电视产业的建设 24

第二章 电视艺术的发展历程 / 30

- 第一节 国外电视艺术发展 30
 - 一、国外电视事业发展 30
 - 二、国外电视节目发展 32
- 第二节 国内电视艺术发展 37
 - 一、电视艺术的初期发展 37
 - 二、电视艺术的停滞阶段 40
 - 三、改革时期的电视艺术 41
 - 四、转型时期的电视艺术 44
 - 五、电视艺术发展面临的生态环境 46

第三章 电视艺术的表现形态 / 48

第一节 电视栏目	49
一、电视艺术的栏目化发展	49
二、电视栏目的类型化介绍	51
第二节 电视广告	59
一、电视广告的类型特点	59
二、电视广告的艺术表现	61
第三节 电视剧	63
一、电视剧艺术的发展概述	63
二、电视剧艺术的表现特征	66
第四节 电视纪录片	68
一、电视纪录片的发展历程	69
二、电视纪录片的艺术表现	70

第四章 电视艺术的功能 / 74

第一节 电视艺术的非审美功能	75
一、引导功能	75
二、认知教化功能	80
第二节 电视艺术的审美功能	91
一、美的感受与美的体悟	91
二、情绪宣泄与情绪净化	93
三、娱乐功能	94

第五章 电视艺术的创作 / 97

第一节 电视艺术的思维方式	97
一、视觉思维	97
二、听觉思维	102
第二节 创作者的主体意识	107
一、全局意识	108
二、观众意识	109
三、经济意识	110
四、自我意识	112

第三节 电视艺术创作创新的瓶颈与调节	113
一、电视艺术创作类型化的坚守与突破	114
二、电视艺术创作中经济价值与艺术品格的权衡与取舍	117
三、电视艺术创作“度”的把握与考量	123

第六章 电视艺术的传播 / 128

第一节 人类传播的演变	128
一、口语传播时代	128
二、文字传播时代	129
三、印刷传播时代	131
四、电子传播时代	133
第二节 大众传播与电视	134
一、大众传播的定义	134
二、大众传播的特点	135
三、大众传播的社会功能	137
四、作为大众传播媒介的电视	139
第三节 电视艺术在大众传播环境中的生存策略	142
一、重视受众, 构建双向互动的传播模式	142
二、基于资源, 拓展跨媒介经营途径	147

第七章 电视艺术的接受 / 153

第一节 接受美学的缘起及其在电视领域中的运用 ..	153
一、接受美学的产生及突出特点	153
二、接受美学在电视理论研究中的运用	155
第二节 文本的召唤结构与受众的期待视野	156
一、文本的召唤结构	156
二、受众期待视野	160
第三节 受众接受心理特性分析	163
一、受众的地域特性	163
二、受众的时代特性	171
三、受众的个体差异性	173

第四节 受众接受与电视艺术创作的互动	175
一、隐在受众	175
二、电视创作与受众审美能力之间的关系	176
三、受众反馈与电视作品的再创作	178

第八章 电视艺术的批评 / 181

第一节 电视艺术批评的学科构成	181
一、电视艺术批评的学科现状	181
二、电视艺术批评的过程	184
第二节 电视艺术批评的标准	187
第三节 电视艺术批评的主体与客体	189
一、电视艺术批评的主体	189
二、电视艺术批评的客体	194
第四节 电视艺术批评体系的构建	200

后 记 / 204

——第一章 电视艺术的角色定位——

第一节 作为艺术的电视

.....

电视的艺术身份认定，是一个复杂的问题。在电视研究过程中，关于电视是否是一门艺术的争论甚嚣尘上，要有深度地把握电视的艺术品格，真正以艺术的标准来审视和评判电视，首先要回答什么是艺术，艺术活动的评判标准是什么。对于艺术的界定，西方和我国学界的各类观点纷呈迭出。尽管复杂，却也为后期总结艺术的一般特性提供了思路和线索。

一、艺术本性的复杂化

(一) 艺术活动的基本特性

最早提出艺术观念的是古希腊学者，在他们的理解中，艺术与技术或技巧是等同的，是能工巧匠、音乐家、医生等不可或缺的本领。在此基础上，苏格拉底对艺术和技术、技巧做了第一步分化，认为艺术是生活中带有某种特殊功能的技术，而这种特殊技术的主要功能是模仿，如工匠。苏格拉底对艺术的理解促生了艺术原初状态的基本特性，即模仿再现。柏拉图对艺术又有了新的认识，他理解的艺术是宽泛的技能技巧，他将艺术的范围扩大，从事农业的技能、诗人的创作或政治家的管理技巧都属于艺术。其功能除了对现实的模仿之外，还应该带来另外一种效应，即快感。柏拉图的艺术观念强调艺术的功能性，强调艺术的实用价值，也强调艺术能给人带来的直观快感。从这个角度上讲，艺术具备功利性与非审美的基本特性。这些观念是大家对艺术最原始、最朴素的理解，也是艺术基本特性

最直观的表达。

古罗马的学者发展了前人的研究成果，普洛丁就认为：“艺术是人的心灵智慧的创造活动，艺术的目的或本质在于通过智慧创造把心灵理式(美)构思转运为外在的感性存在。简言之，艺术就是美的构思和运转。”^①而文艺复兴时期人文主义者的艺术观念更加注重艺术的功用价值，艺术除了表现普洛丁所说的“美”之外，还要体现真与善。结合这两类观点，能够看到发展中的艺术观念又具备了表现功能，具备审美与超越的基本特性。

从前人对艺术的理解中，能够总结出艺术的两组基本特性，这是艺术活动的最基本的表现形态和实际功能。首先，艺术是再现与表现的统一。在艺术与技艺被处于同等地位的时期，其主要活动方式就是模仿，是对现实生活的再现或复制。然而再现也好、模仿也罢，都是通过人来完成的，是要经由人脑的加工，经过人的理解和认识，体现了人对于生活的择取与提炼，渗透着表现，即“通过智慧创造把心灵理式外化”。其次，艺术是审美与功利性的统一。“艺术是美的构思和运转”以及艺术对于“真与善”的表达都体现了人们对于艺术审美性的要求，而初期对于艺术传递快感的要求，体现了一种观念上的或是艺术感知与理解中的功利性。

(二) 艺术的本质属性

随着对艺术研究的深入，现代学界对于艺术的理解更加切近艺术的本质，或者说，从现代艺术观中能够看到艺术活动与其他活动的根本区别，能够得出艺术的根本属性。美国学者杜威认为人的经验是艺术的源泉，或者说人生经验就可以成为艺术，只要是怀着真情实感，活动本身就是艺术创作。当然，以现在的视角看，杜威的认识不免过于绝对。但是他的观点展现了艺术创作的源泉和过程，展现了艺术来源于生活，是创作者情感的熔铸。德国学者卡西尔在《人论》中提到艺术是构造和创造形式符号的活动。这一论断终于触及了艺术的形式构成，涉及符号的创造，也就是艺术的语言问题。如乐音、色彩、词句等基本的形式元素参与创制了艺术的形式符号，形成了不同的门类艺术。

^① 转引自杨恩寰、梅宝树：《艺术学》，41页，北京，人民出版社，2001。

《辞海》对于艺术的解释是：“通过塑造形象具体地反映社会生活，表现作者思想感情的一种社会意识形态。”^①高鑫认为艺术是能给审美主体带来审美愉悦的客观存在物。杨恩寰认为：“艺术这种构制意象的创造性活动，可以理解为在情意驱动之下，凭借想象与才能，选择、加工、组合、制作形式符号的活动，简言之，即人类创造情意符号的活动。”^②这些观点一方面包含艺术活动的主观性，即艺术活动需要调动情感、形象等主观因素投入到艺术创作中；另一方面又包含了艺术创作的过程，即通过各种手段和环节进行艺术形象的完形过程。

由此可见，艺术是需要调动创作者主观情思，通过想象、创制、提炼、加工等技能，对现实生活或生活体悟进行艺术化展现，形成艺术语言，完形艺术形象，从而使接受主体产生悦耳悦目、悦神悦志的审美体验或生命感悟的实践活动形式。因此，艺术除了再现与表现统一，审美与非审美融合的一般特性外，独特的创作过程以及鲜明的语言系统和思维方式是确定艺术独特性，也就是艺术之所以为艺术的本质属性。这也是确定电视艺术身份的参照和依据。

二、电视艺术身份的分辨

艺术发展至今，门类繁多，仅大的艺术门类就可划分为文学、音乐、舞蹈、美术、建筑、戏剧等。1911年，乔托·卡努杜《第七艺术宣言》的发表也为电影正名，随后逐渐确立了电影的第七艺术的地位。

对于电视是不是艺术的争论由来已久。不承认电视是艺术的大有人在，如：“从本性说，电视是一种最有效的文化信息传播媒介。这一本性规定电视最主要的功能是社会文化的交流——接受者从电视屏幕的反光镜中建立自我个体与群体的认同；略具艺术性的低度娱乐只是电视的一个附属功能。”^③这样的界定触及的是电视作为媒介，电视作为通过电子信号传播记录在磁带上的节目的物质设备这一层面，作为传输和接收设备，电视无疑

① 《辞海》，上海，上海辞书出版社，1980。

② 杨恩寰、梅宝树：《艺术学》，55页，北京，人民出版社，2001。

③ 钱海毅：《电视不是艺术》，载《当代电视》，1987(4)。

不具备艺术性。正如《辞海》也对电视这一角色进行了说明：“电视，传播图像的一种广播、通信的方式，它是应用电子技术对静止者或者活动的景物的影像进行光电转换，然后将电信号传播出去，使远方能即时重现影像。”但是说“略具艺术性的低度娱乐只是电视的一个附属功能”难免有失偏颇，这种论述，是针对电视传播的内容而言的，电视传播的内容既包含通俗的甚至是质量低下的作品，也可以包含高雅的高质量内容。

而电视是艺术的理念这种观点也有一大批支持者。苏联的鲍列夫谈到电视时讲过，“电视不仅是一种向广大群众传输电视信息的手段，还是能从审美上加工过的、有关现实世界的印象传到四面八方的一种新的艺术”^①。高鑫认为：“电视是以电子技术为传播手段、以声画造型为传播方式，运用艺术的审美思维把握和表现客观世界，通过塑造鲜明的屏幕形象，达到以情感人目的的艺术形态。”^②第二次世界大战后，电视开始普及，逐渐走进千家万户，从而被冠以“第八艺术”之名。在这里，我们能够明确地分辨出电视的两层含义，一层是指作为传播媒介的物质设备；另外一层是指被电视传播的文本内容。第一个层面对于电视艺术属性的探讨几乎没有实际意义可言，本书无意对第一层面做过多研究；本书主要经由电视文本形态来判断电视的艺术属性。

首先，在理论层面上，有关电视的属性、功能等的论述与艺术学中艺术的属性和功能匹配，构成了电视可以称之为艺术的理论支撑。李显杰在谈到电视的表现形态时指出：“主要是指遵照审美的规律，以艺术虚构的方式，创造出‘幻想的生活’，从而给人以特殊的‘生活补充’的电视节目。其意旨不止于现实事物的‘艺术性表现’，而在于以‘独自的形象’，重新构筑一个新的艺术世界。……正是这种表现形态决定了‘电视艺术’本身的存在。”^③李显杰从电视的表现形态指出了电视作为艺术的存在。电视理论家王维超进一步从电视的艺术表现功能层面界定电视的艺术属性。他认为这种艺术表现功能具体而言就是根据电视的创作手段、传播手段等结合受众

① 转引自高鑫：《电视艺术美学》，70页，北京，文化艺术出版社，2005。

② 高鑫：《电视艺术美学》，74页，北京，文化艺术出版社，2005。

③ 李显杰：《电视形态探析》，载《广播电视业务》，1989(2)。

的审美心理和接受心理，对观察和体验到的现实生活进行审美把握，通过电视的思维模式和审美意识创作艺术作品，使观众产生审美享受和生活体悟。电视的这一表现功能与一般艺术的表现功能相吻合，正是这一属性决定了电视艺术的客观存在。美国美学家阿瑟·A. 伯杰在谈到电视节目的两面性时认为，电视节目是由客观性与感情性这一对立统一的组合构成的。“所谓‘客观性’，是指电视节目揭示事物本来的客观现实性质，即指我们生活的客观现实，事物实际发生的那个世界。所谓‘感情性’，是指电视节目包含着意识中浓重的情感因素：特别是创作者感情和情绪的容纳和爆发。它多采用虚构的方式，旨在以作品的情感去激起观众强烈的情感。这种感情性的电视节目当然属于电视艺术的范畴，正是由于这一表现手段，决定了电视艺术存在的客观现实。”^①阿瑟·A. 伯杰的论证与艺术学中艺术作品来源于生活、经由创作者主观情思加工的创作过程，客观现实与虚构想象相结合的创作方法，对于受众情感激荡的作品功效完全一致。上述研究成果是电视文本与一般艺术形态属性在本质上相通的理论依据，从中完全可以确认电视艺术的身份。

其次，在实践层面上，从构成电视的语言体系、思维方式以及表意系统的实际运用中能够探寻出电视之所以为艺术的现实依据。由于电视的语言体系和思维方式是构成电视艺术的重要理论内容，后文还要详细论证，因此，本章着重通过部分实例来阐释电视实践中的艺术属性。

“各艺术形式组成其艺术形象的符号系统，是划分艺术种类的一个十分重要的标准，换言之，划分艺术的门类，主要应该看它所使用的语言。”^②不同于诉诸音符的听觉艺术——音乐，有别于诉诸线条与色彩的视觉艺术——绘画，区分于诉诸动作表现的形体艺术——舞蹈，电视所使用的语言是视听语言，即声音与画面。通过连续、运动着的声音和画面表情达意，也通过声音与画面之间的剪辑、配合形成电视独具特色的蒙太奇思维和表意系统。

电视语言是客观再现与假定表现的统一。从电视语言产生的物质基础

^① 转引自高鑫：《电视艺术美学》，73页，北京，文化艺术出版社，2005。

^② 江逐浪：《电视艺术技术论》，原北京广播学院博士论文，2003。

来看，视听语言的诞生脱胎于摄影术，与绘画、音乐等艺术形式相较，摄影的独特之处正在于其客观性。“摄影机镜头拍下的客体影像能够满足我们潜意识提出的再现原物的需要，它比几可乱真的仿印更真切，因为它就是这件实物的原型。”^①正如电视剧中出现的花草树木就是与现实生活中的实际物质并无差异的还原，视听语言能够用最机械的手段记录和再现现实生活。从受众接受的角度来看，由于电视当中表现的影像与现实生活中的实际物质在形态和样貌上完全一致，受众接受过程所接收到的视听元素呈现的信息与自身生活经验和心理体验相吻合，因此，受众接受过程中的主观感知是真实和客观的。与此同时，假定性和表现性是客观再现性相对应的电视的另一重要属性。以电视中的空间表现为例。电视中最终呈现给观众的空间环境是现实空间吗？是现实空间的再现吗？答案是否定的。电视由于人物塑造、情节铺设、剧情发展等任务的规定，其显示的空间环境与客观现实中由长、宽、高规定的物理空间有别，同时又对人们目之所及的空间进行加工和取舍，形成易于艺术表现和受众接受的艺术化空间。如在《人与自然》等电视节目中，摄影机对于一些微型动物生存空间的放大表现，使微观世界里纤毫毕见，原本在现实生活中人类肉眼触及不到的景象，在荧屏上大放异彩。同时，受众凭借生活经验，对电视中经过取舍的画面进行还原和完形，有选择性地注意、关注和记忆，而不是纠结于电视表现的内容是否为纯粹的客观真实，这些也使电视的表现功能最终实现。视听语言一方面以其客观记录的功能还原、再现现实生活；另一方面以其表现手段，制造假定性幻觉，突出表意功能。虽然两者看似矛盾，但实则并不相悖。它们共同构成了视听语言的完整属性，体现着电视实践的艺术价值。

电视思维方式和表意系统是审美与超越的统一。声音、光线、色彩、影调、蒙太奇、长镜头等，既是在影视艺术发展过程中诞生的艺术表现手法，也是在共同构建电视的表意系统，并且成为电视创作的思维方式。同时，它们之间相互扭合、渗透，塑造“意象”，形成电视文本“有意味的形

^① [法]安德烈·巴赞：《电影是什么》，崔君衍译，11~13页，北京，中国电影出版社，1987。

式”，引发观众对于电视文本阐发的深层蕴含的思考。在《舌尖上的中国》中，卓玛和母亲去山上采拾松茸，雨后香格里拉深山中的彩虹、少数民族原生态的歌声、经大雨冲刷后的清新浓翠等，这些声音和画面的匹配，构成了一幅和谐静谧的自然图景。松茸被卓玛从松针堆中拔出，在阳光下散发着柔和的光芒。卓玛的脸也在这一刻绽放出温暖的微笑。镜头在大自然与人类之间对比、转换，这种种自然之美与人们采拾松茸这种珍贵的菌子的活动联系在一起，创造了一个完整的意象，也生成了“人类与大自然和谐共处”的象外之意。卓玛将松茸出土后的菌坑用松针填好，保护菌丝不被破坏，以延续大自然的馈赠，表现出了人类对大自然应有的敬畏。从这个简单的段落中不难看出电视表现手法能够呈现的艺术效果。一方面，细腻精致的画面给人视听上的享受，让观众悦耳悦目；另一方面，视听表象的背后也蕴含着中国人的生活哲理，蕴含着人类与自然的相处法则，引导着观众回归生命中的纯良和朴素。这也正是电视的特殊思维方式和表意系统能够呈现的艺术效果。因此，从电视创作实践的角度讲，电视文本创作既体现再现与表现统一、审美与超越同构的一般艺术特性，也以有别于其他艺术门类的独特语言和思维方式，完成属于电视本身的叙事、表意功能。由此，电视已经具备可以被称为一门艺术的全部条件。

第二节 作为文化的电视

.....

文化是一个广博而复杂的概念，对于文化的探讨古已有之。对于这一概念的诠释可分成“文”和“化”并列的两个部分。最早有关“文”的记载，是中国的《周易》。“文”的本意是各色交错的纹理。《易·系辞下》：“物相杂，故曰文。”通俗一点，文可以解释为在物体上的刻制或本身固有的花纹。它引申为三种含义。第一，它是指包含语言文字内的各种象征符号，进而具体化为文物典籍、礼乐制度。如伏羲画八卦，造书契，“由是文籍生焉”；如《论语·子罕》，“文王既没，文不在兹乎”。这个引申义是现实生活和文

化研究中经常用到的。第二，由伦理之说导出彩画、装饰、人为修养之义，与“质”“实”对称。“质胜文则野，文胜质则史，文质彬彬，然后君子”体现的就是这层意思。第三，在前两层意义之上，更导出美、善、德行之义。于是有《礼记·乐记》“礼减两进，以进为文”；郑玄“文犹美也，善也”。“化”的本义最早为改易、生成、造化。如《庄子·逍遥游》：“化而为鸟，其名曰鹏。”总的来说，“化”是指事物形态或性质的改变，同时“化”又引申为教行迁善之义。

现代研究对于文化的界定就灵活许多，雷蒙·威廉斯认为“关于文化的当代用法，常见的大致有三个：其一，用来描述知识、精神、美学发展的一般过程；其二，用于指涉一个民族、一个时期、一个团体或整体人类的特定生活方式；其三，用作象征知识，尤其是艺术活动的实践及其用品”^①。布洛克和斯特伯拉斯在《现代新术语词典》中主张的文化是一种具有更大的包容性和综合性的界定，“文化是指一个社群的‘社会继承’，包括整个物质的人工制品（工具，武器，房屋，工作、政府办公以及再生产的场所、艺术品等），也包括各种精神产品（符号、思想、信仰、审美知觉、价值等各种系统），还包括一个民族在特定生活条件下以及代代相传的不断发展的各种活动中所创造的特殊行为方式（制度、集体、仪式和社会组织方式等）”^②。一般来讲，在现代学术研究中运用较多的理解是，文化是人类在社会发展过程中创造的一切物质财富和精神财富的总和。

由此可见，文化并非一个恒久不变的概念，而是随着历史的发展不断产生新的内涵和新的表达方式、依托载体。本书在此无意详细解析文化的精准定义，而是希望通过对文化特征的梳理来探寻确立电视文化身份的视点。

依据前文对文化概念的简单梳理，可以总结出文化的基本特征。

首先，文化具有广阔性。和人类产生关联的一切物品和精神皆可称为文化，这其中包括经过人类实践形成的语言、民族习惯和行为方式，以及

^① R. Willians. *Keywords*. London: Fontana, 1983: 90.

^② 转引自周宪：《中国当代审美文化研究》，3页，北京，北京大学出版社，1997。

意识形态中的思想、价值、审美等。

其次，文化的结构层次丰富。不同的角度和不同的时间空间引领不同的阶段和层次，文化有物质文化和精神文化之分，也有高雅文化和通俗文化之别，但这个评判标准并不是静止的，而是随时代发展不断变化的。比如，清末民初的市井俗文化到现在已登顶高雅文化，承载了历史的厚度，体现时代精神风貌。因此文化是变化的，是分层、分阶段发展的。

最后，文化更加侧重精神引领。无论是技术或艺术的制成品，这种物态的表现方式首要的是它体现了一定量的人文精神。那么，可以认为物态化的文化是一种总体文化的象征。

电视恰恰就是一种承载了创作者主观情思、精神引领、艺术主张的物态化存在。因此，电视必然进入文化研究的视域，面临着文化身份的确认。那么何为文化身份？高鑫在阐释文化学领域中的文化身份时讲道：“文化身份一般被建构为一种社会构成现象，它标志着相关文化的存在位置及其话语的成立方式与作用力度。对文化身份的探究和判断，意味着在其所属领域文化本体论推导的结束和对其社会历史成因多元化的认可。”^①然而，在学界以及坊间对电视的一些论断（如“电视文化是消遣文化、娱乐文化”“电视文化是快餐文化”）和他们对于电视的偏激态度（如“弱智的中国电视”“文学千万别嫁给电视”）都加大了电视文化身份确认的难度。同时，电视应当是精英文化还是大众文化的争辩，电视是高端文化还是低级文化的观念拉扯，都为电视文化身份的确认蒙上一层迷雾。

一、电视艺术的双重文化品格

研究电视文化身份时，必须确认的一个问题，就是文化身份能够提供给研究者的条件，是否主要是一种多维度的开放视角和对其所在系统本质关联的“皈依”。因此，纠结于电视是哪类文化，这类文化在整个文化系统中地位的高下，无疑会导致研究陷入盲目的、意气用事的褒贬或扬弃，导致研究陷入无意义的辩解。正确的做法是，要在诸多纷乱、相互矛盾、各执一端的争辩乱象中找到电视文化身份研究必然存在的多向度的合理性，

^① 高鑫：《电视艺术美学》，49页，北京，文化艺术出版社，2005。

以及它们之间的相互关联性。

精英文化与大众文化是人们对电视文化品格做界定时争论最多的一对。纵观人类艺术的发展流程，正是精英文化与大众文化、高雅文化与通俗文化的相互影响，共同推动了艺术的向前发展。电视艺术就是兼具精英品格与大众品格的艺术形态。

首先，电视艺术具备精英品格。高雅文化在一定程度上决定着电视艺术的精英品格。郑欣森认为：“高雅文化反映着一个民族的文化 and 文明程度，是文化长期积累和发展的结果，是精神活动的深层境界，是艺术家创造精神和创造激情的高度结晶。”^①当然，高雅文化也不是一个恒定的概念，每个时代都有其各自追捧的高雅文化。在不同的社会发展阶段，对高雅文化的精神旨归和形式表达有不同的理解和探索，并且会随着人类的发展不断向更高层次迈进。当下的高雅文化在形式上悦耳悦目，是一种规范、精致甚至能够被称为典范的物质存在；在内容上悦神悦志，具有精神指引功能，具备审美价值和历史价值，是一种创造性和创新性产物。

电视中的精英品格主要体现在创作者的艺术主张和高端化节目中。如阳光卫视是首个以汉语来传播历史文化的卫星频道，它的宗旨是：“弘扬博大精深的中华文化，促进东西方文明的交流。”其在节目中也不断践行宗旨，介绍并传播中国传统文化和世界优秀历史文化。阳光卫视站位较高，文化气息浓郁，体现着创作者的精神主张和独立追求，强调着电视艺术传播文化的社会责任感。又如央视《子午书简》选取文学作品中的精华部分，利用视听手段挖掘并弘扬蕴藏其中的深远意境，使一些优秀的、古老的文学作品重新焕发出新的生机。同时，电视节目也通过内容的择取，提高自身文化格调和思想境界，突出对优秀文化的推介，给观众一个纷繁世界心灵休憩的空间，从而建设人类的精神家园。

其次，电视艺术具备大众品格。大众文化是在现代工业社会和市场经济的作用下勃兴繁荣的。纵观大众文化发展的不同阶段，人们对于大众文化的理解似乎贬损姿态居多。如 20 世纪 30 年代，西方文化思潮中，认为大众文化大都是受商业利益驱动的文化产品，会破坏传统的社会秩序，此

^① 郑欣森：《文化雅俗论》，载《陕西师范大学学报》，1996(1)。