

■ 新闻与传播理论丛书

TELEVISION CRITICISM

电视批评 理论研究

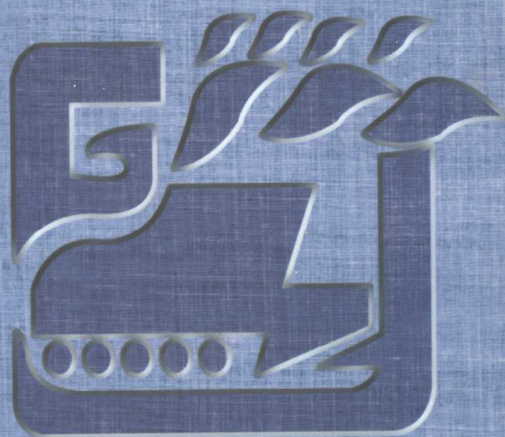
DIAN SHI PI PING

LI LUN YAN JIU

XIN WEN YU CHUAN BO

LI LUN CONG SHU

时统宇 著



中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电视批评理论研究/时统宇著. —北京: 中国广播电视出版社, 2003. 8

(新闻与传播理论丛书)

ISBN 7-5043-4117-7

I. 电... II. 时... III. 电视—艺术评论—研究
IV. J905

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 059881 号

电视批评理论研究

作 者:	时统宇
责任编辑:	萧 歌
封面设计:	李燕平
责任校对:	张 哲
监 印:	戴存善
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	86093580 86093583
社 址:	北京复外大街 2 号 (邮政编码 100866)
经 销:	全国各地新华书店
印 刷:	北京安华印刷厂
装 订:	涿州市西河各庄新华装订厂
开 本:	850×1168 毫米 1/32
字 数:	300 (千) 字
印 张:	14.875
版 次:	2003 年 9 月第 1 版 2003 年 9 月第 1 次印刷
印 数:	5000 册
书 号:	ISBN 7-5043-4117-7/G·1621
定 价:	26.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

序 言

电视批评理论在整个电视理论研究中占有重要的地位，但就中国的电视理论而言又是其比较薄弱的环节之一，屏幕喧嚣而理论沉寂的反差在电视批评理论方面表现得十分明显。电视批评理论的薄弱导致了电视批评实践的薄弱，甚至于电视批评的常常缺席，这是电视商业化、庸俗化愈演愈烈的重要原因之一。因此，无论是从世界电视事业的发展还是从中国电视的演进来看，电视批评理论都应作为对电视传播的一种监督和校正而获得应有的重视和地位。

就电视批评理论自身的建构而言，已有的电视批评理论存在三大不足：一是在借鉴国外电视理论时，忽视了跨语境的理论移植最忌简单化地照搬这一理论研究的规则，而断章取义地套用西方电视理论并不能全面合理地解释中国电视的传播现状，也不能建立科学的、中国本土化的电视理论体系。二是常见的新闻式的电视批评更多地表现为材料的堆砌和经验的总结，甚至是商业化的炒作，这种中国式的电视批评不仅无助于电视传播的健康发展，也与科学而理性的电视批评相距甚远。三是尽管在近年来的大众文化研究热中电视常常被作为一个被批评的对象出现，但这种批评往往混同于一般的文艺批评理论。由于许多致力于文化研究的论者对中

国电视体制结构和内部机制的生疏,使得他们在批评电视时往往忽视了中国电视商业化和庸俗化愈演愈烈的经济原因和体制弊端。

本书的研究将立足于对中国电视传播的现实考察和实证分析,立足于电视批评理论的本土化和民族化的理性思考,以中国社会转型时期特定的历史条件为背景,充分利用近年来中国电视改革与发展的最新文本和经验,重点考察中国电视在市场经济大潮冲击下的种种失误和失当,并进行深入的科学理性分析,从而使电视批评理论的研究获得丰厚的当代电视传播实践的支撑。在研究中,将充分注意到中国电视的产业发展问题、电视的集团化问题、WTO的影响问题等等对中国电视传播的重大影响,将中国电视的体制、经济、历史渊源等问题纳入研究的视野,从而使电视批评理论的当代性、开放性、建设性得到较好的体现。这不仅对中国电视理论的成熟和完善将产生积极的影响,而且对电视传播实践有相当的指导作用。

本书的学术价值和理论意义主要体现在这样几个方面:

1. 通过考察中西方电视的不同步发展和电视语境的迥异,将电视批评理论的全球视野置于中国电视传播的民族化和本土化背景之中,克服在分析中国电视问题时生硬地使用西方理论的一些观点的弊端,使电视批评建立在符合中国国情的、科学的、系统的理性分析的基础上,丰富和完善中国的电视理论。
2. 从电视批评理论的研究入手,进一步拓展电视影响研究的理论视野,使这一课题的研究不仅对新闻理论和电视理论的发展有积极的意义,而且对其他相关学科的研究者了解电视的影响问题有参考价值和方法论意义。
3. 从

以往电视批评理论局限在一般文艺批评理论的束缚中挣脱出来，将电视传播中的非文艺节目也作为主流文本进行具体考察和理性分析，从而拓展电视研究的疆域和视野。同时，努力克服以往电视研究中的各方学者各自为战的局限，博采文化学、社会学、新闻学等学科的精华，提升电视理论的人文科学水准。

本书的研究力图在两个方面取得较大的突破：

一、着眼于经济全球化背景下世界电视业出现的重大变化，借鉴近年来国外电视理论研究（包括国外的文化研究、传媒经济学研究等）的最新成果，探讨影响电视传播内容和效果的具有终极意义的社会经济原因。中国电视的传播和影响，不是欧美电视的翻版，如何使国内的电视批评理论（包括主流意识形态的批评理论）和国外的相关理论得到有机的融合和互补，将是本书要着力解决的问题，也是本书的理论创新之所在。

二、紧密结合中国电视的发展现状，克服以往电视批评理论混同于一般的文艺批评理论的局限，将传统的电视批评研究从电视文艺扩展到对整个电视事业和电视传播的研究。在研究电视作为一个产业而发展所蕴涵的历史合理性的同时，将批评的矛头指向造成电视传播中人文精神弱化的制度安排和体制原因，为如何防止和克服电视传播的商业化和庸俗化的弊端，为解决中国电视面临的如何“为中国百姓服务，对子孙后代负责”这一根本问题，提供理论支撑和学理根据。

本书的现实意义在于：紧密结合电视传播的实际，多方面地抨击和理性地分析电视传播中的负面影响，呼唤中国电

视传播中人文精神和人文关怀的回归，以求增强电视传播的思想文化力量，促进中国电视事业的不断发展和持续繁荣。

本书在采用哲学方法（历史发展和普遍联系的方法）和逻辑学方法（归纳和演绎相结合、宏观考察和个案分析相结合）的基础上，将借鉴西方当代电视研究中普遍采用的文本分析方法，充分利用近年来中国电视改革与发展的最新文本和经验，通过对电视的话语、空间、主持人等基本元素和符号的具体分析以及对不同电视节目的转换功能的阐释，使研究的主题呈现多样化和本土化的特点，使研究的结论既对中国电视传播实践产生积极的影响，又对国内相对薄弱的电视理论研究提供直接的方法论启示。

本书的研究冲动源于对电视传播中愈演愈烈的商业化和庸俗倾向的严重不满，源于对电视批评薄弱甚至常常缺席的深深忧虑，源于作为一个社会科学工作者的责任感和使命感。

目 录

序 言	(1)
-----------	-------

第一章 电视批评概说	(1)
------------------	-------

第一节 电视批评释义	(2)
------------------	-------

第二节 电视批评的标准	(12)
-------------------	--------

第三节 电视批评的方法	(21)
-------------------	--------

第四节 电视批评的原则	(30)
-------------------	--------

第二章 电视批评理论的西方思想资源	(39)
-------------------------	--------

第一节 伦理的追问与学理的批评	
-----------------	--

——西方电视批评理论的两条基本

线索	(40)
----------	--------

第二节 从法兰克福到伯明翰	
---------------	--

——西方电视批评理论的两个重要

学术流派	(68)
------------	--------

第三节 传播功能理论与媒介体制理论	
-------------------	--

——大众传播学的批判锋芒	(99)
--------------------	--------

第四节	三位思想大师有关电视批评理论的评析 ——哈贝马斯的公共领域理论、布尔 迪厄的“场”理论和贝尔的批判 性传播观·····	(139)
第三章	电视批评的本土对象·····	(192)
第一节	电视传播贵族化的典型——豪华风 ·····	(192)
第二节	对道德底线的公然洞穿——滥情风 ·····	(205)
第三节	任意涂抹历史和经典——戏说风·····	(213)
第四节	倾听与倾诉的旁门左道——聊天风 ·····	(232)
第五节	知识传播的变种和另类——猜奖风 ·····	(240)
第六节	渲染腐败、黑暗、血腥——破案风 ·····	(249)
第四章	电视批评的表现方式·····	(256)
第一节	政治批评·····	(257)
第二节	学术批评·····	(277)
第三节	媒体批评·····	(295)
第四节	网络批评·····	(319)
第五章	电视批评理论语境中的四个悖论 ·····	(332)

第一节 文化工业与文化产业的碰撞和紧张	
.....	(335)
第二节 人文精神与世俗精神的碰撞和紧张	
.....	(356)
第三节 产业化与商业化的碰撞和紧张	(380)
第四节 本土化与同质化的碰撞和紧张	(404)
 第六章 电视批评的制度指向	(425)
第一节 对中国电视现有制度的检讨	(426)
第二节 科学地认识中国电视的做大做强	(434)
第三节 中国电视制度创新的路径	(451)
 主要参考书目	(460)
后 记	(464)

第一章

电视批评概说

在一个批评常常缺席的社会，对批评本身进行严肃和严谨的研究是需要一点勇气与魄力的。特别是，我们进行的电视批评理论研究，将面对影响如此之大、每日每时都吸引着亿万双眼睛的电视。笔者不想“作秀”，更不想去故作惊人之笔进行哪怕带有一丁点商业色彩的炒作，只想为人们经常为之发出一声叹息的这种现象——屏幕的喧嚣和理论的沉寂做出一个社会科学工作者应有的改变此状的努力。“凡一种文化值衰落之时，为此文化所化之人，必感痛苦，其表现此文化之程度愈宏，则其所受之苦痛亦愈甚。”史学大师陈寅恪的这段名言，道尽了“每一个有文化良知的学人那不可逃避的命运”。^①

作者自认为是有文化良知的学人，我们的研究将始终坚持一种理性的分析，坚守一种学术的操守。

在本章中，我们将对电视批评予以定义，将阐述电视批评的标准、方法和原则。特别是，我们将重点论述电视批评的诚信原则，因为，诚信在相当程度上，已经成为社会的稀缺资源。

^① 陆键东：《陈寅恪的最后贰拾年》，三联书店1995年版，第1页

第一节 电视批评释义

从词组结构上说,“电视批评”这个词组的结构如同“文艺批评”、“文学批评”一样,是宾语前置,“电视”成为“批评”一词的行为对象。也就是说,本书研究的电视批评,实际上是批评电视,是指像“文学批评”那样的理论范式。

电视批评很容易与电视的批评相混淆。电视的批评,指的是电视媒介通过批评性的报道来实现对社会生活的舆论监督,是由电视媒介实施的批评,人们经常把这种批评称为曝光。在中国,电视的批评最著名的案例莫过于中央电视台的《焦点访谈》。“焦点访谈,表扬先进,批评落后,伸张正义。”这个栏目对负面甚至是丑恶的社会现象的电视批评,不仅是人们解读中国电视的一个切入点,而且成为我们考察建设社会主义精神文明和社会主义政治文明建设的一个绝佳视窗。

关于“批评”的一般含义和在某种特定语境中的特殊含义,中外相关论述可谓卷帙浩繁。以《媒介批评》一书为例,该书从《现代汉语词典》到《朗文当代英汉双解词典》,从美国学者小约翰的《传播理论》到中国学者张汝伦的《思考与批判》,对“批评”做了多侧面的解读和考量。我们认为,确如《媒介批评》所指出的那样,如果从传播学的角度来为“批评”下定义,小约翰的说法更为科学——“批评就是运用价值进行判断”。^①并且,这一定义也具有简明扼要的

① 斯蒂文·小约翰:《传播理论》,中国社会科学出版社1999年版,第407页

特点。

《电视批评论》对电视批评的解释是：“电视批评是以电视节目的欣赏为基础，以电视理论为指导，以各种具体的电视节目以及同节目相关的电视现象、电视思潮、电视受众、电视创作者等为对象的一种科学研究活动。”^①

《现代影视批评艺术》一书提出：“所谓影视批评，是以影视作品欣赏为基础，以影视理论为指导，以各种具体的影视现象（包括影视作家、影视剧创作、影视欣赏以及影视理论批评等）作为研究对象的一种创造性艺术文化活动。”^②

《媒介批评》一书从系统科学的角度给媒介批评所下的定义是：“媒介批评在本质上是一种价值的判断，它是对新闻传播媒介系统及其各要素进行批判的过程。”^③

《媒介批评通论》提出：“媒介批评是指在解读新闻及媒体的过程中评价其内在意义及对社会的影响，而媒介批评学则是指通过解读经验理论化的途径，揭示隐蔽的解读规律，建立评价媒介的概念体系和范畴。”^④

本书给电视批评下的定义是：

电视批评是以电视传播内容为基础的一种价值判断和理性审视，是对影响电视运作全过程的诸要素的全面评析。

这个定义同样遵循了“属+种差”的原则。“价值判断和理性审视”是“属”，“对影响电视运作全过程的诸要素的

① 欧阳宏生：《电视批评论》，中国广播电视出版社1999年版，第2页

② 周安华主编：《现代影视批评艺术》，中国广播电视出版社1999年版，第91页

③ 王君超：《媒介批评》，北京广播学院出版社2001年版，第15页

④ 刘建明：《媒介批评通论》，中国人民大学出版社2001年版，第1页

全面评析”是“种差”。

在我们给出的关于电视批评的定义中，“价值判断”、“理性审视”、“电视运作全过程的诸要素”是一些关键词，他们将对本书研究的电视批评起到提示作用。或者说，这个定义将规定本书研究的电视批评“是什么”、“有什么”、“干什么”、“要什么”，以及怎样得到想要的“什么”。再进一步说，这个定义表征本书与已有的有关电视批评、媒介批评的论著有何不同，有何突破，有何创新。

首先，电视批评不仅仅是电视文艺批评，也不仅仅是影视艺术批评。

电视的文艺批评是最常见的一种电视批评，它的普及性程度之高是其他范畴的电视批评所无法企及的。这其中尤以电视剧批评为时下最活跃的电视批评，特别是在黄金时段热播的一些电视剧，它们之所以成为社会舆论关注的热点，成为人们日常交往的一种谈资，成为研究者评论的对象，实在是因为这些电视剧获得的公众的注意力太高了。而且，电视文艺批评比其他电视批评更容易进入大众传播领域。在印刷媒体上，文艺批评是文艺副刊的一个重要方面，报刊上对电视剧、文艺晚会等电视文艺类的作品的个案评介和总体发展态势的批评，成为文艺副刊上最常见的一种文体。中国电视学术理论界对电视文艺范畴中诸多问题的研究，比如说电视剧创作理论、电视美学理论等，可以说是年轻的电视理论研究中最富成果的一个方面。

但是，电视文艺批评无论如何也不可能成为电视批评的全部。在本书以后的有关章节，我们会有详细的论述。

其次，电视批评也不仅仅是充满商业炒作味道的报刊

批评。

不能不承认,电视不仅是最敢于“炒作”的媒体,而且也是最善于“炒作”的媒体。平面媒体和影像媒体间既有传播资源的共享,又有相互利用的共谋。这种互为依存、相互依赖的关系,经常表现为一种“议程设置”时的相互利用和相互设置。弄得不好,期望“双赢”的初衷常常会遭遇“双输”的尴尬。因此,报刊批评对于电视来说,这种批评本身就常常受到批评,因为这种形形色色、各种层面的媒体批评,有不少带有明显的炒作嫌疑。而从“被批评也是吸引观众的注意力”这一要理出发,即使是报刊“抖出猛料”,其效果也不过是把批评变成了推广。总之,“炒作”是媒体商业化、庸俗化、贵族化的必然结果,但报刊对电视的批评绝不仅仅是炒作,对此的深入分析,也是本书随后的任务之一。

再次,电视批评更不仅仅是对电视传播进行监控的行政批评或政治批评。

在我们考察电视批评的中国特色时,我们不能忽视中国电视的主管部门对电视传播中的商业化、庸俗化等倾向和问题的批评。这种批评带有相当的行政批评和政治批评的色彩,是对电视传播的一种有效的监督和监控。并且,必须看到这种来自主管部门的批评在相当的程度上带有对某些电视节目亮起红灯、紧急叫停的性质。对于中国电视传播的管理者和操作者来说,亦即各级电视台的领导者和普通编导、记者,这些电视传播的大大小小的“把关人”,他们或许可以对来自社会舆论和观众的批评之声视而不见,置若罔闻,但对于来自中宣部、国家广电总局等主管部门的批评,是绝对不敢充耳不闻,装聋作哑的。这是因为,从大的方面讲,中

国电视的喉舌性质和党的领导是绝不可动摇的，新闻宣传必须讲政治，必须坚持正确的舆论导向，这是中国电视安身立命之所在，对于涉及自己的“饭碗”问题，电视从业者谁也不敢视为儿戏。具体来说，中国各级各类媒体对于来自中宣部阅评小组和国家广电总局收听收看中心的批评意见，必须有整改措施和反馈意见，这是中国电视自身运转的一条政治纪律，是一条基本的游戏规则，违反不得。

但是，仅有这种行政批评和政治批评显然是不够的。基本的理由是：电视传播中的诸多问题不仅仅是一个政治问题，更不仅仅是一个行政问题，我们在本书进行的研究，实际上正是电视批评理论研究的学术性、广泛性和深刻性的一个例证。

那么，“对影响电视运作全过程的诸要素的全面评析”究竟有哪些新意呢？

第一，电视批评必须追问电视“是什么”，而不仅仅停留在电视“有什么”和“干什么”的一般层面上。也就是说，必须追问电视的经济属性、经济本质和经济地位。

电视批评不可能回避电视的性质、功能和任务。一个不争的事实是：我们早就摒弃了将电视单纯视为宣传工具甚至是“阶级斗争工具”的观念和做法。电视的运作方式是一种相当典型的经济活动，对电视的惟一的政治审视和过度的意识形态控制已经终结，电视也是一个经济组织，是一个利润增长空间远远大于许多传统行业的朝阳产业。“经济控制远比政府的控制对美国大众媒介施加的影响更为有力。”^①施拉

① 施拉姆：《传播学概论》，新华出版社1984年版，第189页

姆的这一断言在中外电视事业的发展中一次又一次地得到了证明。同样,电视批评不应当是一种“纯粹理性批判”,必须考察电视传播、文化生产与市场经济的共谋关系。在研究理念上,应当把电视批评理论置于一个更广阔、更宏大的历史背景与社会框架中来作完整的解读,这其中的经济学视角具有特别重要的意义。我们认为,将资本、商品、货币、交换等经济学范畴引入电视批评理论,就看到了电视传播背后的市场这支“无形的手”的作用,就摆脱了对电视传播中的商业化、庸俗化、贵族化倾向的单纯的“道德的愤怒”的局限,就获得了对电视本质的更为全面的、科学的认识,也就更深刻地“读”懂了电视。

本书将用相当的篇幅来解读西方电视批评理论,我们特别对国外文化研究中的伯明翰学派产生了浓厚的兴趣。费斯克提出的金融经济和文化经济的“两种经济”理论,对于我们认识电视为什么是这样的而不是别样的,特别是认识世界范围的电视的商业化和庸俗化问题,有非常重要的启示作用。费斯克强调:“电视,作为一种被用作大众传媒的通俗艺术,如果要同时在金融经济和文化经济中有效地流通,就必须在自身中包含资本与民众这些对立但相连的力量。电视绝非统治阶级的代理人,而是统治阶级不得不认识到他们的权力并不牢靠的主要场所,也是他们不得不鼓励文化的多元性的主要场所,虽然这意味着对他们自身地位的威胁。”^①读“懂”电视必须有经济学的视角,批评电视必须有经济眼光,并且,这是电视批评与时俱进的重要理论品格。

① 陆扬/王毅选编:《大众文化研究》,上海三联书店2001年版,第154页

第二，电视批评必须包括对电视制度的批评，必须从电视运作和传播体制改革的高度，分析和厘清电视商业化、庸俗化和贵族化的制度成因。

电视传播制度是“影响电视运作全过程的诸要素”中的最关键要素之一，电视体制改革的关键在于如何从根本上消除束缚电视事业发展的体制障碍。从宏观背景上说，中国的电视体制改革必须符合社会主义市场经济发展的要求，必须按照电视传播的客观规律办事，必须借鉴经济领域改革的成功经验和国外电视运作的有益做法。从观念上说，“制度创新”对于中国电视优化资源配置，增强电视事业的活力，多出优秀作品和优秀人才，具有根本的意义。

研究电视批评为什么要涉及电视运作的制度问题呢？换句话说，在电视批评中为什么包含了制度批评呢？这是因为：首先，电视的运作制度决定了电视传播的价值取向、节目构成和赢利模式，电视的商业化、庸俗化倾向有其制度缘由。其次，如果说电视传播中的某一个时期、某一个节目品种表现出商业化、庸俗化、同质化、贵族化、游戏化等倾向是个别现象的话，那么当电视传播在文化品位、精品标准、艺术质量上出现大面积堕落时，我们就有理由进行更深刻的制度追问。另外，中国电视在世纪之交最热门的话题和实务操作都是围绕制度创新展开的，比如产业化、集团化、频道专业化，比如做大做强，比如已经完成的无线台和有线台的合并以及公共频道的出现，等等。这些热门话题和实务操作是事关中国电视的可持续发展和跨越式发展的重大问题，如果电视批评失去了电视制度创新的视野和锋芒，这样的电视批评至少是不全面和不到位的，而且，这样的批评势必表现