

研究生系列教材

THE STUDY OF TELEVISION CRITICISM

电视批评学

● 欧阳宏生 等著



四川大学出版社

电话：8008898855
02588641855
移动电话：13398398855

研究生系列教材

THE STUDY OF TELEVISION CRITICISM

电视批评学

● 欧阳宏生 等著



四川大学出版社

责任编辑:李 静 张小娟

责任校对:李 静

封面设计:米茄设计工作室

责任印制:杨丽贤

图书在版编目(CIP)数据

电视批评学 / 欧阳宏生等著. —成都: 四川大学出版社, 2006.1

ISBN 7-5614-3293-3

I. 电... II. 欧... III. 电视文化—文艺批评—研究—中国 IV. G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 142845 号

书名 电视批评学

作 者 欧阳宏生 等著
出 版 四川大学出版社
地 址 成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行 四川大学出版社
印 刷 四川大学印刷厂
成品尺寸 170 mm × 230mm
印 张 30.75
字 数 548 千字
版 次 2006 年 1 月第 1 版
印 次 2006 年 1 月第 1 次印刷
印 数 0 001~4 000 册
定 价 45.00 元

◆读者邮购本书,请与本社发行科
联系。电 话:85408408/85401670/
85408023 邮政编码:610065

◆本社图书如有印装质量问题,请
寄回出版社调换。

◆网址:www.scupress.com.cn

版权所有◆侵权必究

此书无本社防伪标识一律不准销售

欧阳宏生

高级记者，四川大学教授、博士生导师、新闻传播研究所所长、全国首届“十佳”广播电视理论工作者。先后在地方和中央电视媒体工作，从事采编、管理和理论研究。2001年引进调入四川大学。20余年来，发表新闻传播学等学术论文150余篇，出版有《新闻学论集》、《新闻写作学概论》、《新闻评论新论》、《中国电视论纲》（总撰稿）、《电视批评论》、《广播电视学导论》、《纪录片概论》、《电视批评学》等著作，个人著述280万字。曾主持国家重点社科项目1项，一般国家社科项目1项，部、省级课题9项，有6项成果分别获国家、部及省人民政府社科奖，多项成果填补学科空白。

**THE STUDY
OF TELEVISION
CRITICISM**

内 容 提 要

《电视批评学》是一部主要以中国电视批评实践为依据,论述电视批评性质、作用、方法等基本规律的学术专著。

全书从研究电视批评的性质、作用入手,考察了中国电视批评发展的历史、现状与趋势;通过梳理西方电视批评主要流派及研究状况,探究了西方电视批评理论的思想资源;在对电视批评学这一学科的理念阐释的基础上,探寻了电视批评的美学思想特征,以及电视批评者的主体意识。在批评方法的具体论述中,该书运用社会学、比较主义、结构主义、心理学、系统论、控制论、信息论等社会与自然学科的研究成果,分析并阐述了电视文本、电视现象、电视理念、电视节目形态以及电视创作主体的评判研究方法和不同批评文本的类型和特征。此外,全书还从电视批评的选题入手,具体描述了电视批评的评析过程和基本类型,论述了中国特色社会主义电视批评原则。

这是我国第一部把电视批评作为一门成型的学科并系统进行研究的学术理论著作。它对于人们正确评析电视理念、电视现象、电视作品等具有方法论意义,对于收看、鉴赏电视节目,认识各种复杂的电视现象和电视思潮具有指导作用。该著作有着较高理论层次及科学性、学术性、实践性特征,适用于电视理论工作者、电视创作者、高等院校师生等。这部著作的出版,是我国电视批评学学科建设中的一项重要成果。

序

“年年岁岁花相似，岁岁年年人不同。”在世纪之交，经过高教体制改革，又一次强强合并后的新四川大学已成为我国西部地区规模最大、学科门类最齐全的新型综合性研究型大学。校训“海纳百川，有容乃大；严谨勤奋，求是创新”已成为川大人求知治学的座右铭。

作为新世纪的献礼，我校研究生教材建设基金资助的又一批研究生优秀教材相继正式出版了，在此我表示热烈的祝贺。

众所周知，21 世纪是知识经济的世纪，国际竞争空前激烈。竞争的焦点是科学技术，竞争的核心是创新型人才，竞争的关键是国民教育。对于四川大学这样的国家重点大学而言，必须注意大力发展研究生教育，扩大规模，注重质量，强调创新。

校长、教师、教材是办学的三大要素，而教材是教学改革与师生智慧的重要结晶。正是基于这种思考，我校建设以学科建设为龙头，作为一项重要的措施就是加强研究生的教材建设，我们通过各种渠道，筹集了专项基金，用以资助研究生优秀教材的编写和出版。我们在 1999 年首次资助的是有博士学位授权点的学科专业中涉及面广、使用面宽的研究生学位平台课程的优秀教材。而今，我们扩大了教材基金资助的范围，无论文、理、工、管、医，只要是经过专家评审后认定的优秀教材，都可列为资助对象。特别是社会需求量大的应用学科、新兴学科、交叉学科及保护学科的优秀教材，更是优先资助出版。

我们推出的研究生教材的基本特点是：符合该学科教学大纲的基本要求，有较强的理论性和系统性。这些教材既反映了该学科发展的新知识、新动向、新成就，也反映了我校教师在该门学科教学与科研中的新成果与新经验。

前人说得好：古今之成大学问、大事业者，都必须经过三种境界：“昨夜西风凋碧树，独上高楼，望尽天涯路”，此第一境也；“衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴”，此第二境也；“众里寻他千百度，蓦然回首，那人却在灯

火阑珊处”，此第三境也。研究生优秀教材的建设应该算作一种“大事业”。优秀教材的作者们对于研究生教育的执著追求，令人钦佩；他们的无私奉献精神，值得赞扬；他们所取得的教学科研成果应该积极推广，使其产生应有的社会效益，为百年名校增添光彩。我殷切希望在陆续出版的研究生教材中能出现“传诸后世”的佳作，更希望我校有更多教授、名家动手撰写研究生教材，分门别类，出版系列的研究生教材丛书，为建设国内领先、世界一流的新四川大学做出更大的贡献。

四川大学副校长

四川大学研究生院院长 刘应明教授

中国科学院院士

绪 论

在现代社会中,看电视已经成为人们日常生活的一个重要组成部分。电视深入到人们的家庭之中,以其丰富多样的节目类型和通俗平易的文化特色占据了人们的闲暇时间。我们通过电视了解大千世界和新生事物,同时,电视也在潜移默化中不断影响和建构我们对社会生活及人际关系的基本观念。也正因为如此,对电视进行价值评判、指陈得失的电视批评在电视事业发展进程中有着至关重要的作用。黄新生在其著作《媒介批评——理论与方法》一书开篇即引用了美国媒介批评家 Robert L Shayon 的一句名言:“批评大众媒介就是对人类的探索,这在孕育人类命运的用意上,比登陆月球重要。”^①电视是公认的现代社会第一传媒,拥有其他大众媒介所不及的影响力,所以电视批评的重要性是不言而喻的。既然观看电视是人们的日常行为,电视在我们的社会生活中又占据着如此重要的地位,那么,自然会产生形形色色的对电视的评价和议论。比如,普通观众往往会对所观看的电视节目作出随感式、即兴式的褒贬,这些只言片语的评议大多是出于直觉或个人的喜好;而一些专业人士出于谋求电视商业利润的考虑,以收视率、市场占有率等数据材料来评判电视传播内容的优劣,这实质是一种以纯经济目的决定的商业经营行为。这些印象式或是出于商业目的对电视的议论、评价,在严格意义上是不能称为电视批评的。那么,究竟什么是电视批评?它有什么样的功能和作用?这里,我们首先要对关于电视批评的这些基本问题进行必要的梳理,作出一个比较科学而明确的解答。

第一节 什么是电视批评

对电视批评概念的界定包括对电视批评的定义、类别及特性三个方面的论述。

^① 黄新生:《媒介批评——理论与方法》,五南图书出版社,1990年版,第3页。

一、电视批评的定义

电视批评不同于电视批评性报道,它是针对电视本身所作的批评活动。“批评”一词常常被理解为否定、非议和提意见,但在本书中,同文艺批评一样,电视批评中的“批评”是有特定含义的,不同于我们平时所说的批评。俄国革命民主主义批评家别林斯基认为,“批评源于一个希腊字,意思是作出‘判断’,因而,在广义上说来,批评就是‘判断’”^①。可见,“批评”二字从本意上讲,就是判断,它包括两个方面的意思:判,即分辨与选择;断,即价值认定。简言之,“批评就是运用价值进行判断”^②。本书所使用的“批评”一词指的就是这个含义。

在20世纪90年代以前,尽管电视批评文章在各类报刊、杂志上已经屡见不鲜,但几乎还没有研究者对电视批评这一概念进行过必要的界定。90年代中期曾有学者认为,“电视批评处于纯理论研究和实践经验总结的中间地带”^③,尽管文中从存在价值、运作规律、思维方式几个角度分析了电视批评这一概念,但并没有给电视批评下一个明确的定义。吴迪在1995年发表的一篇文章中明确提出,顾名思义,媒介批评就是对大众传播媒介的批评,是对媒介产品以及媒介自身作用的理性思考;而他在1996年发表的另一篇文章中又认为,“媒介批评也就是大众传媒批评,它包括一切媒体,电视是最重要也最薄弱的一项。那么干脆就叫电视批评不好吗?可以,但是我想最好还是和大众传媒挂上钩,为什么?因为非如此不足以看清楚电视的基本属性”^④。这种观点在强调电视批评有媒介批评共性的同时又忽略了电视批评自身的特性。徐荃乐在1998年发表的《电视批评的批评》的开篇这样写着,“电视传媒,肩负着宣传、教育、引导、娱乐之功能,是应当有客观好坏、是非标准的,什么是真善美,什么是假恶丑,总得有人来评价与引导,也总得有个章法可循。我们把依据一定尺度评估电视节目,分析成败原因,提供改进方案的过程称作电视批评”^⑤。这里给电视批评下了个比较明确的定义,但仅仅把电视批评的对象局限于电视节目,认为电视批评的作用就是评估电视节目的优劣和提供改进方案,又显然把电视批评理解得过于

① 《别林斯基选集》第3卷,上海译文出版社,1980年版,第574页。

② [美] 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。

③ 胡智锋,罗振宇:《学院精神与学理路径——理论视野中的“电视批评”》,《现代传播》1996年第1期。

④ 吴迪:《改变“三少”、“四无”的批评现状》,《现代传播》1996年第2期。

⑤ 徐荃乐:《电视批评的批评》,《电视研究》1998年第1期。

狭隘。

进入 21 世纪,电视批评的重要意义越来越为各界所认同,电视批评研究开始成为电视研究中一个值得关注的热点。不仅关于电视批评研究的论文逐渐增多,而且以 2000 年出版的《电视批评论》为开端,对电视批评进行系统研究的专著也相继问世。研究者对电视批评这一概念的内涵,也有了不同角度的理解和界定。

《电视批评论》一书提出:“电视批评就是以电视节目的欣赏为基础,以电视理论为指导,以各种各样的电视节目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)为研究对象的一种创造性艺术文化活动。”^②

这两种定义比较接近,只是前一种定义将电视批评视为科学研究活动,而后一种则将其视为艺术文化活动。其实,当电视与电影并称时,对其进行的研究就自然主要集中于二者的共性,即艺术创作与欣赏的角度。因此,对影视批评所下的这个定义可能是确切的,但对电视批评而言,应该有更为宽广的视野。称其为一种研究活动是比较准确和全面的,但它又显然与严格意义上的科学研究有所区别。

《媒介批评》一书提出:“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》一书开篇即明确提出:“本书在以下意义上使用媒介批评这一概念:分析媒介现象,反思新闻报道的得失,评价记者的作品,从而形成相应的新闻观念……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其对社会的影响,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

这两种定义一种强调批评是一种价值的判断,取批判的立场;另一种则着重于批评应通过“解读”来评价其意义。应该说这两种观点都有可取之处,但是它们都将媒介批评局限于新闻领域,这至少对电视而言是不恰当

① 欧阳宏生:《电视批评论》,中国广播电视出版社,2000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。

的,无法包容电视所反映的广阔领域。

《电视批评理论研究》一书提出:“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。”^① 这一定义将电视批评视为“对影响电视运作全过程的诸要素的全面评析”,似乎又在实质上将电视批评限定在对电视全局性观照这样一个宏观的层次,忽略了其他视角和层次的电视批评。

综上所述,我们认为电视批评首先应该是一种价值的判断,应着眼于揭示电视创造的这种价值与人们生活的关系。其次,电视批评应该以相关理论作为指导,它不是个人的主观感受,而是一种更为深刻的理性认识,这就需要在理论的指导下对电视的传播内容进行解读或诠释,进行分析和研究,从而作出正确的判断。最后,电视批评应该以对电视节目的分析、评判为基础。节目是电视传播内容的基本单元,批评应基于对内容的分析和研究来展开,如果脱离了对内容的关注,那么批评往往会成为流于空洞的泛论,令人难以信服。因此,本书对电视批评的定义是:

电视批评是以对电视节目的赏析为基础,以相关理论为指导,以各种具体的电视节目、电视现象、电视理念、电视创作者等为对象的旨在进行价值判断的一种研究活动。

这里需要强调的是电视批评作为一种研究活动,具有以下两大特点:

(一) 电视批评不同于科学研究活动

科学研究的本质特点是崇尚客观性法则和保持价值中立立场,强调将客观的事实和数据按科学的规则加以分析,得出可供验证的正确结论。电视批评则是以人文精神为核心的一种研究活动,必须从现实的、具体的人的立场出发,要有体现和维护人的价值权利的主观倾向。也就是说,电视批评不能停留在冷漠、中立的事实陈列和客观描述上,必须以作出具有人文关怀意义的价值判断为目的。电视传播的内容本身也并不是一系列纯客观或中立的事实,而是意识形态的产品,它必然是从某种特定的角度去界定社会现实的,其中隐含着传播者的价值观和所加诸的意义。因此,进行电视批评时,不能简单地运用那种非人性化、精确量化的科学研究范式。自20世纪30年代美国大众传播研究兴起之后,在很长一段时期里,主导美国电视研究的基本模

^① 时统宇:《电视批评理论研究》,中国广播电视出版社,2003年版,第3页。

式是具有自然科学倾向的实证主义的研究方法, 调查研究的过程总是试图将电视传播的现象从复杂的现实环境中剥离出来, 转换成一组限定的变项来作研究, 最后将结果用量化的术语表达出来。随着对电视理论研究的不断深入, 这样追求“客观”、“科学”结果的研究模式受到越来越多学者的质疑。例如, 20 世纪 40 年代著名的“有限效果论”就是采用实证研究的方法, 宣称媒介的传播其实没有什么效果, 事实上, 人们仅凭经验便可以判断, “有限效果论”的发现者以“科学”的手段, 得出的却是有悖于常识的结论。这正是因为用纯粹科学的量化研究方法去进行电视的研究所得出的结果是十分有限的, 它不能解释电视和观众之间、电视和社会之间复杂而多面向的关系。

当然, 电视批评并不排斥科学研究的方法, 借鉴一些有效的科学研究方法对电视批评是非常有益而必要的。当前中国电视批评的一大弊端就是科学性不足, 表现出主观的、定性的批评多, 客观的、定量的批评少的局面。电视批评需要科学研究的方法, 它可以拓宽电视批评的思路以及丰富电视批评的研究手段。以客观、量化为特点的内容分析方法就是电视批评中一种颇有影响的研究方法, 在这方面出现了许多有见地的批评文章。例如, 夏文蓉等人在论文《动画片〈大头儿子和小头爸爸〉中的儿童消费行为分析》中, 使用定量化内容分析的方法研究这部深受中国儿童喜爱的电视动画片, 发现在这 77 集故事中, 一共出现了 177 项消费活动, 平均每集 7 至 8 分钟的故事中出现 2~3 次消费活动。其中, 与生活娱乐有关的消费活动占大多数。77 集故事中, 提及不需要消费的休闲活动(如在家中或到公园玩耍, 到图书馆看书等)并不多, 反而充满了花费金钱的新鲜有趣的活动, 如买玩具、上美术班、举办生日派对、养宠物等。剧集中儿童玩乐的场所更是多姿多彩, 有水上乐园、恐龙世界、滑雪场、宇宙馆等。夏文蓉在论文中指出, 这表现出儿童娱乐商品化的趋向。片中这些内容的隐藏含意是: 童年要加上金钱消费才会变得精彩, 消费是儿童自我肯定的过程。^① 这一论断见解独到又令人感到很有说服力, 这与文章运用了具有科学和客观性质的内容分析研究方法是分不开的。但电视批评本身不能简单地等同于科学研究活动, 如果说科学研究是以追求客观真理为本, 那么, 电视批评就是以关注人的价值实现为本, 旨在探究电视所传播的价值, 并从多角度、多层面作出对意义的诠释。

^① 夏文蓉, 陈家华, 陈芳怡:《动画片〈大头儿子和小头爸爸〉中的儿童消费行为分析》,《新闻与传播研究》2004 年第 2 期, 第 21~27 页。

(二) 电视批评应该是一种理性的认识和判断

电视批评是一种研究活动,这意味着它不能仅仅是感性认识,而必须上升到理性层面通过严谨的分析得出判断。这里有两个层面的含义:

第一,电视批评必须以理性态度为立足点,不能停留在印象式的评点上,更不能以激情代替理性表达批评者的直接感受。它的致命缺陷在于:仅仅依赖浮光泛影的主观印象是难以深入地理解和阐释复杂纷繁的电视现象和电视作品的。印象式评点走向一个极端就变成了以激情代替理性进行批评。中国当代电视批评的一个突出问题就是激情有余而理性不足,呈现出批评泡沫化的趋势。比较典型的例子是《新周刊》分别于1998年、1999年刊登的专题组合文章《弱智的中国电视》和《砸烂电视》,这些煽情化的标题和文中片面、偏激的言辞既没有对中国电视的运作环境作详细考察,也没有对电视节目进行“质”和“量”两方面的认真研究,仅以斥责和辱骂来代替理性的批评,其结果既不能令人心悦诚服,也不可能发挥批评应有的功能。这种电视批评泡沫化的原因不仅在于部分电视批评者的素质问题,还在于一些以市场为导向的媒体哗众取宠的编辑方针。在作为一种研究活动的电视批评中,缺乏理性基础的激情和正义感是盲目和片面的,表面上的大义凛然和言之凿凿不能掩盖实质上的苍白和无力,批评一旦流于情绪化的认知,就失去了理性所独有的折服人的内在逻辑力量。这些激情过剩却理性不足的批评文章泛滥一时,虽然会在短时期内提高媒体的知名度,带来经济效益,但却大大降低了电视批评本身应有的价值和品格。这样的批评实际上已沦为“只能是个人利益的倾诉与个人牢骚的发泄,不见得比一般老百姓的牢骚更有价值”。^①

第二,理性的批评必然建立在理论的支撑上,而每一种理论都有其侧重点和自身的历史局限性,因此电视批评应该根据电视发展的具体社会环境和实际情况,重视对理论的选择和运用,努力以更为全面的视点进行研究以获得尽可能深入的认识。随着商业竞争的加剧以及全球化媒体时代的来临,电视的产业属性日益凸显,电视批评也不应当局限于一种纯粹理性的批判,而必须考察电视传播与社会环境各种因素之间的互动关系。例如,面对电视传播中的商业化、庸俗化、贵族化倾向,仅从法兰克福学派对大众文化的批判理论出发作单纯的“道德上的愤怒”是不够的,还必须运用伯明翰学派的电视理论,看到电视传播背后的市场这只“无形的手”的作用,才能获得对这

^① 陶东风:《文化批判的批判》,《电视艺术》1996年第6期。

些电视现象更为深刻、全面的认识。因此,进行电视批评时必须注重对理论本身进行深入的反思和清理,才能使电视批评保持与时俱进的敏锐及深度。事实上,理论积淀尚浅的中国电视批评应该以海纳百川的姿态,吸取各学科的各种理论资源,尤其是以新的理论成果作为指引,重视结合电视传播的实际情况,才能更好地实现电视批评的目的。在选择和运用理论的同时,如果不从电视传播的实际出发,只是简单地套用一些理论来进行电视批评,往往会流于肤浅,难以得出更有价值的结论。

二、电视批评的类别

由于分类的标准和角度不同,电视批评的类别也一直是众说纷纭。下面是几种主要的分类。

黄新生将媒介批评的类别分为哲学的批评、报章的批评和学术的批评。他认为哲学的批评是知识分子根据自身的社会观和个人的观察来评判大众媒介,其特征是不作具体的内容分析,而是流于空洞的泛论。报章的批评则是指报社记者或专栏作家所撰述的电视批评,如随笔专栏、评论等。这类批评很受读者欢迎,但缺陷在于因其时效性的要求,评判往往难以深入,而且很容易被利用而成为变相的商业炒作。学术的批评是基于学术理论与方法的批评,主要是由学院派学者撰写,并以学术论文或著作形式出现。由于学术的批评强调的是理论的探讨,因此其读者主要是学者和学生。黄新生的这一分类主要是从20世纪媒介批评的不同发展阶段这个角度来进行的。他认为,哲学的批评兴起于20世纪30年代,在媒介产生及发展的初始阶段起到了重要的作用,然而早已因其内在的缺陷渐渐没落;报章的批评兴起于50年代,一直延续至今;学术的批评兴起于70年代,并且日益受到人们的重视,学术批评中各种理论及分析方法的运用使媒介批评不断深入发展。这种分类虽然简要而明晰,但又似乎过于简单,而且以历史发展阶段来划分类别,不一定能准确反映现阶段批评的实际情况,如哲学的批评在黄新生的观点中就只是一个特定历史时期的批评类别。

王君超在《媒介批评》一书中从批评的层次、对象、内容、主体四个方面对媒介批评进行了较为详细的分类。他认为,从层次上分,可分为宏观、中观、微观三个层次;从对象上分,可分为纸质媒介批评和电子媒介批评;从内容上分,可分为社会责任批评、媒介道德规范批评、媒介权力批评、媒介法制批评、传播科技批评和媒介传播人批评;从主体上分,可分为专家的批评、媒介管理者的批评、受众的批评和媒介从业者的自我批评。这种分类虽然比较细致,但显得过于琐碎。在四个方面的分类中,比较能体现媒介批

评自身特点的应该是从内容上的划分,但是从内容的分类中可以看出这一分类方法强调了媒介的新闻属性,却忽略了电视媒介还具有艺术审美等其他特性。

肖小穗在《传媒批评》一书中根据对传媒的基本设定来分类:视传媒为文本时,传媒批评可分为形式主义分析和意识形态批评,前者包括符号学、叙事学及后结构主义分析,后者包括意识形态、女性主义、后殖民主义批评;视传媒为机构时,传媒批评是一种机构批评,包括意识形态、国家机器、政治经济学、公共领域分析;视传媒为文化时,传媒批评就是文化批评,包括文化工业、流行文化分析。

陈犀禾在《论影视批评的方法和类型》一文中提出,影视批评可大致分为新闻性评介和学术性批评两大类。其中,新闻性评介可分为创作和工业动态报道、人物或明星花絮、评论;学术批评可分为传统批评和现代批评。传统批评是指20世纪80年代初以前中国传统的较为单一的影视批评,主要是现实主义批评(以真实性为最高美学原则)和社会主义现实主义批评(在真实性的基础上强调社会主义或革命的倾向性)。现代批评是指80年代初期后由于引进许多西方理论和思潮形成的多样化的影视批评。现代批评又可进一步划分为两个部分:一是银幕理论,它关注对影视文本本身的读解,包括符号学批评、结构主义批评、意识形态批评、精神分析批评、女性主义批评。二是文化研究,致力于将影视媒体放置于更大的文化和历史语境中进行研究,把从对文本本身的兴趣转到了对文本、观众、制度和周围文化之间相互作用的过程的兴趣。它包括文化研究批评、读者反应批评、社会学批评、后现代主义批评、第三世界和后殖民主义批评、大众文化批评。

李道新在《影视批评学》一书提出,有三种影视批评模式不可忽略。第一种是社会批评模式,它以强调影视的社会历史蕴涵为批评目的,以真实性、倾向性和社会效果为批评标准,采用主题讨论形式和形象论评相结合的批评方法;第二种影视批评模式是本体批评模式,它以张扬影视的创造、运作个性为批评目的,以影视特性、人文深度和创新意识为批评标准,采用文本解读和工业分析相结合的批评方法;第三种影视批评模式是文化批评模式,它以阐发影视的民族文化特征为批评目的,以多元化形态的影视生存格局为批评标准,采用综合观照和整体研究相结合的批评方法。他认为,社会批评模式是一种历史最悠久、影响最大的影视批评模式,包括伦理道德批评、政治批评和社会历史批评等具体的批评模式;本体批评模式倾向于在阅读分析中排斥文本之外的任何因素,以影视作品为本体,立足于影视文本的语义分析,包含本文分析、作者论和观众学、类型研究三个方面的内容;文

化批评模式是一种从文化的角度来考察影视现象、综合研究影视文化性质的影视批评模式,既不再仅仅从社会学的层面上理解影视,也不再仅仅把影视当作艺术的一个分支来研究,而是把影视当作人类经验的一部分,充分关注影视的文化属性及文化意义,包括影视文化分析、女性主义批评和后殖民主义批评三种模式。

以上分类法都不约而同地将传媒批评或影视批评划分为三大类别,尽管在观点和表述上还存在歧异,但实质上是大致相同的。它们都是以研究者对待传媒的不同预设观点为分类根据,比起单纯以体裁或层次等外在形式作为划分的依据,更能体现传媒本身所具有的多元特性。因此,本书将电视批评划分为以下三大类别:

一是电视机构批评。

批评者将电视视为一种“社会公器”,认为电视应代表社会大众的利益,为大众以至国家的发展服务,强调电视传播内容在维护社会公共利益、维系社会公共价值观方面所应承担的社会责任及教化功能。它包括社会责任批评、伦理道德批评、政治经济学批评等。

二是电视本体批评。

批评者将电视传播内容视为一种相对独立自足的文本,关注于对文本本身的读解和阐释。它包括艺术批评、审美批评、传播技术批评等。

三是电视文化批评。

批评者将电视视为在更大的社会环境中一种影响深远的文化载体,关注电视的文化属性及文化意义。它包括大众文化批评、文化产业批评、文化心理批评等。与前两大类相比,电视文化批评具有更加广阔的研究视野和跨学科的特点,日益成为电视批评中一个重要的发展趋势。

三、电视批评的特性

《影视批评学》一书中将影视批评的特性列为镜像探讨、文化分析和产业研究。他认为镜像探讨是影视批评特有的属性,包括对影视画面、影视声音及影视叙事模式等进行文本意义上的探讨;文化分析能提升影视批评的文化品位,拓展其话语空间;产业研究则体现了影视运作的特点和规律。因此,他突出的是影视的影音特性、文化内涵与经济属性。

《媒介批评》一书则从批评的客体、批评的内容取向和思维方式三个方面入手,将媒介批评的特性列为明确的对象性、鲜明的当代性和批判性思维。因此,他强调的是新闻媒介对现实生活的影响和应负的职责。

电视无疑既具有影视的特性又具有新闻媒介的属性,电视批评的特性也

必然体现作为批评对象的电视传播的基本特性。因此,在充分考察电视媒介自身特性的基础上,我们认为电视批评具有以下主要特性:

(一) 电视批评具有现实针对性

电视批评的对象必须是现实生活中具体的电视内容及传播环节,如电视节目、电视现象、电视受众及创作者等等,而不是对电视的本质、电视的一般原理等抽象概念进行空泛的探讨。在选题上,电视批评注重的是针对当下的电视传播中有代表性或有突出意义的电视作品、电视现象、电视思潮等进行及时的辨析和批评,而不是对已淡出时代视野、不太具备现实针对意义的电视传播的研究。因此,批评家必须密切关注电视实践中出现的新事物、新问题和新思潮,敏锐、及时地作出自己的分析和判断。电视批评的现实针对性不仅要求电视批评致力于探讨电视传播在现实社会生活中令人关注的问题,而且还要求通过对这种有针对性的批评进而对电视媒介的发展现状及发展趋势提出及时和中肯的意见。比如,批评文章《〈实话实说〉及谈话式电视新闻节目策划》在论及中央电视台著名的谈话节目《实话实说》特征后认为,这一节目为中国电视谈话类节目走出了一条路子,进而从谈话类节目的选题、策划、具体形式等几个方面进一步阐述了批评家对这类节目的发展趋势的见解。这样不仅对《实话实说》节目本身有评判和促进的作用,而且对整个谈话节目的发展趋势都产生了一定的影响。

(二) 电视批评具有视听的诠释性

如同文学作品必须借助文字、语言传播一样,电视讯息也必须借助声画、视听符号才能得以传播。可以说由声画视听符号所体现的影音特性正是影视区别于文学、戏剧、美术、音乐等艺术种类的根本特性,也是电视区别于报纸、广播等其他新闻媒介的根本特性。与看报、听广播相比,电视的这种视听兼备的特性使人们在日常生活中更倾向于选择看电视。这是因为电视能通过声音与画面形象、生动地传达自然和社会的各种信息,最大限度地接近人类在真实世界的感知方式,即能使人们从视觉、听觉感受得来的形象性和真实感。这同时也意味着,在电视传播中,一切讯息包括语言、事件、情节、议题甚至观念和思想都必须转化为一系列视听符号的组合。因而,在电视营造的惟妙惟肖甚至使人仿佛身临其境的真实感的背后,实际上隐藏着电视传播者的种种主观意图和价值取向。高小康指出,电视现场采访与报道、实况转播节目等方式使电视节目特别表现出全息化的身临其境之感,然而,“它提供的是经过选择和整合的完整信息,接受者只能被动地接受它。从这