

上海戏剧学院 规划建设教材  
SHANGHAI THEATRE ACADEMY

百家艺术课堂文库

# 电视艺术概论

厉震林 主编



上海百家出版社  
Shanghai Baijia Publishing House



上海戏剧学院 规划建设教材  
SHANGHAI THEATRE ACADEMY

百家艺术课堂文库

# 电视艺术概论

厉震林 主编



上海百家出版社  
Shanghai Bajia Publishing House

## 图书在版编目(CIP)数据

电视艺术概论/厉震林主编. —上海: 百家出版社,  
2009. 8

(百家艺术课堂文库)

ISBN 978-7-5475-0002-6

I. 电… II. 厉… III. 电视(艺术)—概论 IV. J90

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 115151 号

- 丛 书 名 百家艺术课堂文库  
书 名 电视艺术概论  
主 编 厉震林  
责任编辑 计 敏  
封面设计 梁业礼  
出版发行 上海文艺出版(集团)有限公司(www. shwenyi. com)  
上海百家出版社(www. bjph. net)  
地 址 上海市瞿溪路 1365 弄 3 号 (200032)  
经 销 各地 新华书店  
照 排 南京展望文化发展有限公司  
印 刷 上海市印刷十厂有限公司  
开 本 700×1 000 毫米 1/16  
印 张 23  
字 数 377 000  
版 次 2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷  
ISBN 978-7-5475-0002-6/J·002  
定 价 42.00 元

---

上海百家出版社常年法律顾问: 上海誉嘉律师事务所  
田原律师(13501917060)  
商瑜律师(13501679328)

## 出版缘起

《百家艺术课堂文库》是由上海戏剧学院、上海音乐学院、上海文艺出版(集团)有限公司共同发起,广邀全国艺术教育界的名师编写的一套大型高等艺术教育普及读物。全套书计划推出 100 种,每年计划推出 20 种,涵盖文学、音乐、美术、舞蹈、电影、戏剧、建筑等主要学科领域。

《百家艺术课堂文库》的定位是“艺术通识教育”,力求推出一套高品位、高质量的艺术普及读物,通过各位艺术名家畅谈艺术人文诸专业领域自成一家之言之成果,让渴求艺术人文熏陶的青年学子犹如游学于高等艺术学府,亲炙名师教泽。这套书可以作为艺术院校与非艺术类院校大学生的选修课教材和课外读物。

1999 年 6 月 13 日,中共中央、国务院《关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》明确提出:“实施素质教育,必须把德育、智育、体育、美育等有机地统一在教育活动的各个环节中。”“美育不仅能陶冶情操、提高素养,而且有助于开发智力,对于促进学生全面发展具有不可替代的作用。要尽快改变学校美育工作薄弱的状况,将美育融入学校教育全过程。”教育家蔡元培先生认为美育可以“陶冶活泼敏锐之性灵,养成高尚纯洁之人格”。对于美育的作用,《礼记·乐记》亦早有记载:“乐也者,圣人之所乐也,而可以善民心,其感人深,其移风易俗,故先王著其教也。”音乐艺术不仅仅使民心向善,感动人心,还能起到移风易俗的作用。这是古代中国文



化中对于艺术形式之一的音乐的教化功能的肯定。《百家艺术课堂文库》便是从这一理念出发,试图通过各个艺术领域的课堂,最终达到美育之功能。

《百家艺术课堂文库》是一个开放性文库,课题追求经典性、创新性、前瞻性、权威性和可读性,其中既有原创选题,也有翻译选题。在这套文库中,我们将遵循“百家争鸣,百花齐放”之原则,兼容并蓄、海纳百川之心态,让艺术课堂有别于传统课堂,呈现出开放、多元与包容之特色。我们将怀着“把心交给读者”之情怀,本着“博达精诚”之精神,努力使一堂堂精彩纷呈的知识传授,转化为纸上的艺苑风景线,使无缘身临其境的普通读者,也能借助《百家艺术课堂文库》,了解当代校园艺术文化知识、思想与学术的发展,为促进高校和社会的互动,普及艺术教育,促进文化积累奉献力量。

《百家艺术课堂文库》将陆续出版,祈望艺术教育界和读者齐力支持,一起来努力创造一项宏大的艺术教育工程!

《百家艺术课堂文库》编委会

2008年12月28日

# 目 录

## 第一章 绪论 /1

1.1 电视与人类的生存方式 /1

1.2 电视的多重视域 /8

1.3 写作体例及其相关背景 /13

## 第二章 电视艺术的历史与现状概述 /19

2.1 电视技术发展概况 /19

2.1.1 电视的科技基础 /19

2.1.2 电视的诞生和发展 /20

2.2 世界电视事业的发展 /21

2.2.1 诞生阶段 /21

2.2.2 停滞阶段 /23

2.2.3 发展阶段 /23

2.3 世界电视文艺综述 /28

2.3.1 电视剧 /28

2.3.2 综艺节目 /33

2.3.3 游戏竞赛节目与真人秀节目 /35

2.3.4 谈话节目 /37

2.4 中国电视艺术的发展与现状 /39

2.4.1 初创期 /39

2.4.2 停滞期 /42



2.4.3 复苏期 /44

2.4.4 繁荣发展期 /47

### 第三章 电视艺术的传媒特色 /55

3.1 制作阶段 /55

3.1.1 艺术与技术的界线消失 /56

3.1.2 电视艺术的“珂拉支”现象 /58

3.2 传输阶段 /62

3.2.1 即时消费的快感 /62

3.2.2 共时消费的神秘 /65

3.2.3 日常性的大众狂欢 /67

3.3 接受阶段 /68

3.3.1 私人交谈性质 /69

3.3.2 双向互动的参与性 /70

3.3.3 收视的选择性和随意性 /73

### 第四章 电视艺术的语言体系 /77

4.1 语言的抽象化和审美化 /77

4.1.1 语言的内涵 /77

4.1.2 电视艺术语言的发展 /78

4.2 画面语言:电视艺术的本体语言 /80

4.2.1 电视的视像性特点 /80

4.2.2 构图语言 /81

4.2.3 色彩语言 /84

4.2.4 光效语言 /87

4.2.5 影调语言 /88

4.3 声音语言 /90

4.3.1 有声源和无声源 /90

4.3.2 人声 /91

4.3.3 音响 /94

4.3.4 音乐 /96

4.4 造型语言 /98

4.5 镜头语言 /100

4.6 编辑语言 /107

- 4.6.1 有序化与系统化 /107
- 4.6.2 时间编辑 /108
- 4.6.3 空间编辑 /110
- 4.7 特技语言 /111
- 第五章 电视文学创作 /115**
  - 5.1 电视文学概述 /115
    - 5.1.1 电视与文学 /115
    - 5.1.2 电视文学的内涵 /116
    - 5.1.3 电视文学的发展 /117
  - 5.2 电视小说 /118
    - 5.2.1 电视小说的概念 /118
    - 5.2.2 中国电视小说的发展历程 /119
    - 5.2.3 电视小说的文体特性 /120
    - 5.2.4 电视小说的艺术特征 /122
  - 5.3 电视散文 /124
    - 5.3.1 电视散文的发展和现状 /124
    - 5.3.2 电视散文的概念 /125
    - 5.3.3 电视散文的创作 /126
  - 5.4 电视诗歌 /128
    - 5.4.1 诗歌的艺术特征 /128
    - 5.4.2 电视诗歌的概念 /130
    - 5.4.3 电视诗歌的主要特征 /130
  - 5.5 电视报告文学 /132
    - 5.5.1 电视报告文学的概念 /132
    - 5.5.2 电视报告文学的特征 /133
- 第六章 电视剧创作 /136**
  - 6.1 电视剧的产生与发展 /136
    - 6.1.1 电视剧释义 /136
    - 6.1.2 电视剧的诞生 /137
    - 6.1.3 电视剧的观念演变 /138
  - 6.2 电视剧的艺术属性 /144
    - 6.2.1 电视剧的综合艺术属性 /144





- 6.2.2 电视剧的大众文化属性 /149
- 6.3 电视剧的商品属性 /150
  - 6.3.1 总体策划 /151
  - 6.3.2 剧本研发 /151
  - 6.3.3 融资 /152
  - 6.3.4 拍摄与制作 /153
  - 6.3.5 发行和播出 /154
  - 6.3.6 收视率问题 /155
- 6.4 电视剧的形态与类型 /155
  - 6.4.1 电视剧的形态 /155
  - 6.4.2 电视剧的类型 /158
- 第七章 电视艺术片创作 /163**
  - 7.1 电视艺术片概说 /163
    - 7.1.1 电视艺术片的起源 /163
    - 7.1.2 电视艺术片的概念 /164
    - 7.1.3 电视艺术片的核心要素 /165
  - 7.2 电视艺术片的分类 /168
    - 7.2.1 风光风情类 /169
    - 7.2.2 音乐类 /172
    - 7.2.3 舞蹈类 /174
    - 7.2.4 专题类 /177
  - 7.3 电视艺术片的本体特征 /180
    - 7.3.1 主体关注 /180
    - 7.3.2 艺术价值 /181
    - 7.3.3 哲理思维 /183
    - 7.3.4 娱乐功能 /184
- 第八章 电视文艺节目创作 /186**
  - 8.1 电视文艺节目的概念和发展概况 /186
    - 8.1.1 电视文艺节目的范畴 /186
    - 8.1.2 中国电视文艺节目的发展概况 /187
  - 8.2 电视文艺节目的主要类型与基本特征 /191
    - 8.2.1 电视综艺节目 /192

- 8.2.2 电视音乐节目和音乐电视 /200
- 8.2.3 电视舞蹈节目 /205
- 8.2.4 电视戏曲节目 /210
- 第九章 电视娱乐节目创作 /217**
  - 9.1 电视娱乐节目概念的界定 /217
  - 9.2 电视娱乐节目的发展概况 /218
    - 9.2.1 西方电视娱乐节目的发展概况 /218
    - 9.2.2 中国电视娱乐节目的发展历程 /220
  - 9.3 电视娱乐节目分类 /222
    - 9.3.1 电视娱乐资讯类节目 /222
    - 9.3.2 电视娱乐谈话类节目 /224
    - 9.3.3 电视娱乐综艺游戏类节目 /233
    - 9.3.4 电视娱乐益智博彩类节目 /236
    - 9.3.5 电视真人秀类节目 /237
- 第十章 电视谈话节目创作 /257**
  - 10.1 电视谈话节目概况 /258
    - 10.1.1 电视谈话节目的诞生与发展 /258
    - 10.1.2 中国电视谈话节目的发展 /259
    - 10.1.3 电视谈话节目的界定 /260
    - 10.1.4 电视谈话节目的分类 /261
    - 10.1.5 电视谈话节目的构成元素 /263
    - 10.1.6 电视谈话节目的社会功能 /265
  - 10.2 电视谈话节目策划与制作 /268
    - 10.2.1 电视谈话节目策划的基本原则 /269
    - 10.2.2 电视谈话节目策划的任务和步骤 /270
    - 10.2.3 选题 /274
    - 10.2.4 嘉宾访问 /275
    - 10.2.5 电视谈话节目的文案设计 /276
- 第十一章 电视专题片创作 /293**
  - 11.1 电视专题片概述 /294
    - 11.1.1 电视专题片的界定 /294
    - 11.1.2 电视专题片与电视纪录片的异同 /295



11.2	中国电视专题片的发展	/297
11.2.1	初创阶段	/297
11.2.2	探索阶段	/298
11.2.3	发展阶段	/298
11.2.4	成熟阶段	/300
11.3	电视专题片的分类	/302
11.3.1	按文体分类	/302
11.3.2	按题材分类	/306
11.4	电视专题片的品格	/312
11.4.1	纪实性	/313
11.4.2	哲理性	/314
11.4.3	审美性	/315
11.5	电视专题片的创作流程	/315
11.5.1	选题	/315
11.5.2	构思	/317
11.5.3	解说词	/319
11.5.4	采访与拍摄	/319
11.5.5	剪辑	/321
<b>第十二章 电视纪录片创作</b>		<b>/324</b>
12.1	电视纪录片的产生与发展	/324
12.1.1	纪录片释义	/324
12.1.2	电视纪录片的产生	/325
12.1.3	电视纪录片的观念变化	/328
12.2	电视纪录片的创作	/330
12.2.1	选题	/330
12.2.2	拍摄	/333
12.3	电视纪录片的理性思考	/341
12.3.1	真实与纪实	/341
12.3.2	旁观与介入	/343
12.3.3	主观与客观	/344
<b>参考文献</b>		<b>/346</b>
<b>后记</b>		<b>/352</b>

# 第一章 绪 论

## 1.1 电视与人类的生存方式

从某种意义而论,电视改变了人类的生存方式。这种生存方式,包括生活方式和思维方式。

在人类接受文化信号的方式中,文字、图像和声音媒介是可以进入家庭私密空间的,但是,作为一种活动影像,电视是首次进入以家庭形态作为生存特征的“第二文化环境”。“从接受环境而论,它是以家庭作为一个收视单元的。从‘第一文化环境’的剧场或者影院以及其他公共接受场所,转移到家庭欣赏作为主体的‘第二文化环境’,接受美学的深度和广度必然产生质的变化,审美意识从常规的观演关系变化成为非常规的观演关系,构成一种个体性的接受姿态。”<sup>①</sup>这种“以家庭作为一个收视单元”的接受方式,使人类的生活方式发生了一些变化。

一是在传统生活格局中,夜晚、节假日以及其他的闲暇时间,在“第二文化环境”中,主要是通过阅读文字或者音乐自娱等方式消遣的,如果要到“第一文化环境”欣赏戏剧或者电影,则是一件比较庄重的事情,一方面需要花费一定的经济支出,用于购票和路途交通,另一方面需要在公共空间中集体观赏,因此,作为一种家庭日常文化生活,更多的时间是与文字、音乐等娱乐形式相伴,文字、音乐等娱乐形式也就成为家庭私密空间的主要文化活动内容。自从电视出现以后,由于它只要电视机购置时的一次性消费,加上电视收视的便利性和节

<sup>①</sup> 厉震林:《中国电影和电视的修辞学分析》,中国戏剧出版社2004年版,第241页。



目内容的丰富性,电视也就逐渐取代文字、音乐等娱乐形式,成为家庭私密空间的第一文化活动内容。从某种角度来说,电视成为现代家庭生活的一个不可或缺的成员,成为家庭成员相处时间最长的“特殊”成员,绝大多数家庭在装修房间时已经为电视机预留出一个特定的位置,以便与这位家庭成员“交流”和“对话”。

美国学者威尔伯·施拉姆在《传播学概论》一书中写道:“20世纪70年代或80年代出生的儿童,甚至于未满一岁就熟悉显像管上发生的活动,不管他们是否懂得这种现象的含义”,“直到他们学会读书以前,电子媒介在他们的生活经历中占据着主导地位”<sup>①</sup>。这种“占据着主导地位”的电视,也就成为人类家庭的一种日常生活方式。曾有资料表明,成年人观看电视的时间,平均每年在两千五百小时以上,相当于一百多个整天;在日本家庭生活中,由于大量闲暇时间观看电视,家人之间平均每天只有六分钟的交谈时间。这些资料,未必是电视诞生以来的长期现象,但是,从一个侧面反映了电视与人类生活方式之间的一种内在关系。电视是公众闲暇时间文化消遣的主要对象,它占据了公众家庭生活的审美兴趣中心,电视成为家庭私密空间的最大的消费艺术。

由于电视改变了传统家庭的生活方式,不再是阅读文字或者音乐自娱等方式形成的家庭文化消费气质,而是进入一种观看活动影像艺术,因此,电视的出现,也就确立了现代家庭生活方式的基本形态,而与传统家庭的生活方式构成了一个分界线。电视,是现代家庭生活方式的一个标志。

二是电视在传输过程中具有“即时性”和“共时性”。俄罗斯学者尤里·鲍列夫称道:“电视的一个重要审美特点是叙述‘此时此刻的事件’,直接播映采访的现场,把观众带进此时此刻正在发生的历史事件之中”,“电视就是因为产生了希望能当时当日,以直观纪录的形式,真实准确地传播并从思想和艺术角度加工当代生活的事实和事件的那种需要才出现的”<sup>②</sup>。电视的“此时此刻的事件”的传播特点,改变了人类对于信息接受的概念,它可以与事件发生同步,因此,作为“即时性”表现形式的现场直播,也就成为电视消费的最大魅力,电视的价值附丽于“此时此刻正在发生的历史事件”被及时消费的时效性之中,产生一种非约定性的效果与即时的直观性质。这种非约定性的效果,由于现场直播的过程性和动态性,也就充满了一种悬念,使电视成为真实“表演”的戏剧。电视的即时性,也就在一定程度上颠覆了人类对于“事实和事件”的认识,同时,也改

① (美)威尔伯·施拉姆、威廉·波特著,李启、周立方译:《传播学概论》,新华出版社1984年版,第166页。

② (俄)鲍列夫著,乔修业、谢枫常译:《美学》,中国文联出版公司1986年版,第451页。

变了人类的生活方式。传统文字印刷传媒是一种历时线性的传播模式,它存在着时效滞后的特征,但是,电视的现场直播,却是可以“直接播映采访的现场”,使人类开始习惯于接受“此时此刻”的信息,并在未知和悬念中体验一种高峰激情,因此,在人类日常的生活方式中,接受“此时此刻”的信息也就成为一种习惯甚至本能,为此常常调整原先的时间安排,从而产生一种特定的及时消费快感,也确立了一种新的生活方式。

这里,特别需要关注的是,电视的“即时性”所带来的“现场感”效应,它使人类的时间和空间概念幻化了。由于“现场直播”,人类似乎可以跨越时间和空间的物理属性而来到现场,使家庭私密空间与世界的关系打通了,它们是互通的,似乎并不存在时间和空间的距离,民众可能完全没有到过某地,但在电视的“现场直播”中,却是似乎来到此地,而且,对此地的情况颇为清楚。在家庭私密空间中收看电视“现场直播”,人们会觉得周围的物理间隔都是不存在的,自己是“此时此刻正在发生的历史事件”的在场者,这种习惯和本能接受电视“现场直播”新的生活方式,使人类的生活时间和空间都发生了一种有趣而又深刻的变化。

电视节目是具有强制性质的,即节目是在固定的时间点播出的。这种情形,它给人类的生活方式带来了两个效应,其一是民众必须在节目播出的规定时间收看,它是一次性的收视行为,除非是重播的节目,它不像历时线性传播的媒介,可以选择不同的时间阅读,也可以时断时续和反复阅读,电视的收看在时间和次数上都是具有规定性和非重复性;其二正是由于这种规定性和非重复性,民众都是在同一时间收看的,在人类的生活方式上,它出现了一个颇为壮观的现象,即民众在不同的家庭私密空间,却在相同的时间收看相同的电视节目。“这种‘同一时间’接受电视艺术节目,使人类产生一种神秘而刺激的信息享受,人类共同地观看即时而又相同的电视节目内容,由于受众量的无限巨大,而且,都在一个时间进行收视,电视节目传播也就成了人类的一种庄重节日,例如1969年7月16日,全世界5亿多名观众共同坐在电视机前面,收看了人类登上月球的电视实况图像。如同电视所传播的内容一样,如此众多的受众在‘同一时间’共同收看,也就成为一种人类神圣体验。”<sup>①</sup>在电视出现以前,在人类的生活方式上,大概很少出现在同一时间从事同一活动的现象,但是,电视诞生以后,不但产生了在同一时间从事同一活动的奇观,而且,已经成为人类的一种日常生活形态。电视的“共时性”特征,使人类之间的关系也出现了微妙的变化,

<sup>①</sup> 厉震林:《中国电影和电视的修辞学分析》,中国戏剧出版社2004年版,第239页。



产生了“地球村”和“地球人”的共同意识和生活方式。

三是在“第一文化环境”中,由于是在公共场所欣赏艺术,因此,它必然有着各种活动规则,例如座位是固定的,不能随意走动以及大声喧哗,需要具备一种组织性、纪律性以及自我约束意识,构成一种临时规范组织和有序群体环境。在这种集体体验中,容易形成一种场的效应,即观者之间产生一种互相感染的共鸣关系,通过各种反应信息相互产生作用,在感染别人的同时,也为别人所感染着。如此情形,使观者难以保持独立性,而是受周围情绪的影响,在共鸣中淹没了个人独立的思想和美学判断。

在“第二文化环境”中的电视,大多是一个人或者几个人作为接受单元的。本来作为一个家庭,它有着一种家族精神及其家庭观念的背景意识形态系统,是一个具备历史性和秩序性的社会组织细胞,但是,由于在电视收视过程中,并不需要进入特定场所,而且,它多少会受到四周环境的干扰,在收视姿势和行为上也是颇为随意,因此,也就使它的组织结构产生了自动瓦解趋势,实质上处于一种松散而又无序的状态。从此意义而论,电视接受是属于一种个体体验。它与集体体验不同,民众在电视收视过程中,具有一种主体意识,可以对电视收视行为作出个人化的判断,例如是否继续收看、选择什么频道、这个频道观看时间长短、对电视节目内容的评判,民众都可以根据自己的意志进行决定。在人类的生活方式上,电视接受又提供了一种表达自由意志的方式,尽管它只是表层化的,由于电视节目的密集性播出和诱惑性内容,使民众的思想容易与它同化,但是,民众确实不需要一种组织性、纪律性以及自我约束意识。电视收视行为,它是人类一种自由而放松的生活方式,是能够按照个人意志行事的生活方式,充满了一种民主化和人性化。

电视的收视方式,实质上也是一种私人交谈性质。“特定的视距与画面结构,造成一种面对面交流的亲切,与屏幕形象相对而视、促膝谈心的方位与氛围,加之电视画面中特写镜头广泛的应用,人物对话成为屏幕结构的主要手段,受众会时刻意识到自己是在与电视屏幕发生对话,成为电视屏幕不可或缺的潜在角色与交谈对手。从此意义而论,电视同观众之间的距离,是一种普通人与普通人之间的距离。”“由此,受众极易将‘屏幕世界’与自己身边的‘生活世界’联系起来,将电视屏幕当作活生生的日常生活的一种继续。”<sup>①</sup>这种私人交谈关系,也就形成人类的一种生活方式,人类日复一日地与电视进行“私人”交谈,将

<sup>①</sup> 厉震林:《集体有意识与集体无意识——中国戏剧电影电视文化行为的精神结构分析》,中国戏剧出版社2008年版,第436页。

它作为一种生活乐趣,而且,“将电视屏幕当作活生生的日常生活的一种继续”,将电视作为自己生活和情感的一种替代,电视在民众的生活方式中人格化了。

电视不仅对人类的生活方式产生了重要的影响,而且,对人类的思维方式也具有一定的影响,甚至在某种程度上使人类的思维方式电视化了。

如前论述,电视接受由于属于一种个体体验,民众具有一种自由的选择权利,从而构成一种生活方式,但是,在思维方式上,人类却无法拒绝它的诱惑与同化。从目前来说,电视仍然不失为最实际和最科学的娱乐选择,尤其是在家庭这种毫无道德责任危险的安全场所中,民众在一种无需任何戒备心理的情形之下,进行电视收视活动。电视作为一种活动影像媒介,它与文字媒介不同,它具有一种视听效果的直观性和美感性,因此,在电视视听结构中,它的所指和能指之间的关系,一般呈现为一种较为一致的状态,除非一些风格化较强的电视作品。在大众文化的整体格局下,电视大多表现为一种易读模式,观众与电视之间的接受通道比较顺畅。在此情形下,民众在充分享受科学技术所创造的收视便利的过程之中,也越来越习惯于不费脑子地接受电视传播信息,在直观而明确的影像视听活动中,获得信息以及由此产生的娱乐体验。从表层意义来看,民众似乎存在着接受与拒绝的个人自由,具体说是选择频道和节目的个人自由,但是,由于电视媒介的商业机制和服务方式,它充分地开发和利用了民众的闲暇时间。“电视媒介以爆炸方式的电视传播信息作用于受众的视听感官,取悦或者刺激大众平庸的生活情绪,尤其是娓娓诱导的电视节目主持人,以一种富有迷惑性质的人格魅力,使受众心甘情愿地进入预设的意识形态教化圈套。受众的个人思考能力,在这种眼花缭乱的电视包围之中,几乎心智失常,自愿地为它吸引和控制,成为一个被教育的接受对象。电视的文化逻辑,支配了受众日常生活的逻辑,至少在很大程度上会作出这样的认同,即一切理应如此。”<sup>①</sup>这种人类思维方式的电视化,也就成为一种文化现象,它对于人类自身素质发展以及由此产生的社会效应,成为文化研究的一个重要对象。

电视还改变了人类接受文化信号的思维方式。在传统文化生态结构中,阅读文字是人类主要的知识信息来源之一,虽然美术和音乐也成为人类的一种视听接受方式,但是,阅读文字仍然是最为重要的日常文化行为。在长期的文字接受形态中,也就逐渐沉淀为人类的基本思维方式,即一种文字的思维方式,人类接受文化信号以后,大多会转换为一种文字的储存以及描述状态,甚至它构

<sup>①</sup> 厉震林:《中国电影和电视的修辞学分析》,中国戏剧出版社2004年版,第279页。





成了一种人类的经验世界和想象世界。但是,电视出现以后,“电视媒介以爆炸方式的电视传播信息作用于受众的视听感官”,这种“爆炸方式”是以视觉和听觉的方式进行的,而且,由于“受众的个人思考能力,在这种眼花缭乱的电视包围之中,几乎心智失常,自愿地为它吸引和控制”,在日积月累的电视接受过程中,人类逐渐习惯甚至依赖于一种视觉和听觉的方式,开始从文字的储存以及描述状态,转变为图像的储存以及描述状态,人类开始进入一种“读图时代”。观看电视连续剧,如同当年的阅读长篇小说,只是从“读字时代”转变成了“读图时代”,甚至文字为了配合这种人类思维方式的变化,开始与电视结合,出现了“电视小说”、“电视散文”、“电视诗”等片种。从某种角度来说,电视的出现,使人类的思维方式发生了划时代的变化,从“读字时代”到“读图时代”,图像思维逐渐成为一种人类的经验世界和想象世界。

电视对于人类思维方式的影响,也体现在人类对于文化信号接受的精神体验方面。“读字时代”,由于它是一种历时线性的传播方式,虽然它的传播面也非常广大,但是,它的传输模式是需要编码和解码的,也就是说,“读字时代”是需要一定的文化知识作为基础的,如果不识字则无法解码,也就无法实现阅读行为,同时,“读字时代”的文字书籍是需要发生购买行为的,它必须具备相应的经济能力,由此,“读字时代”的文化信号接受,人类会产生一种神秘感和神圣感,对于需要编码和解码的文字,普遍会以为它是真理和正义的象征,在思维方式上也就会产生一种仰视的形态。“读图时代”则不同,由于电视的电波传输形式,它的传播面是历时线性的传播方式所无法比拟的,而且,它也不需要一定的文化知识作为基础,只要心智正常,电视的解码过程都不会存在太大障碍,图像的视听接受是人类观察物质世界的基本形态,它与电视的“读图”非常相近。只要购买电视机时的一次经济支出,无线收视不需要任何费用,有线收视费用也很低廉,因此,“读图时代”较少产生一种神圣的精神体验,而更多的是世俗享受。在人类的思维方式上,“读图时代”也就逐渐产生一种平视的形态,“电视同观众之间的距离,是一种普通人与普通人之间的距离”<sup>①</sup>。虽然这种平视的精神姿势,电视媒介以一种“爆炸”形态的电视传播方式,“取悦或者刺激大众平庸的生活情绪,尤其是娓娓诱导的电视节目主持人,以一种富有迷惑性质的人格魅力,使受众心甘情愿地进入预设的意识形态教化圈套”,但是,它在思维方式上,则是较少出现神秘和神圣的收视体验,而是与接受的文化信号之间保持一

<sup>①</sup> 厉震林:《集体有意识与集体无意识——中国戏剧电影电视文化行为的精神结构分析》,中国戏剧出版社2008年版,第436页。