



中国电视剧 审美文化研究



郑淑梅 著

作家出版社

The Writers Publishing House

浙江省九五哲学社会科学规划课题

中国电视剧审美文化研究

郑淑梅 著

作家出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国电视剧审美文化研究 / 郑淑梅 著

——北京：作家出版社，2004.9 (新世纪中西文学论丛 / 吴笛 主编)

ISBN 7-5063-3053-9

I. 中… II. 郑… III. 电视剧—艺术美学—研究—中国 IV. J901

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 089925 号

中国电视剧审美文化研究

作者：郑淑梅

责任编辑：唐杰秀

装帧设计：钟 熙

出版发行：作家出版社

社址：北京农展馆南里 10 号 邮码：100026

电话传真：86-10-65930756 (出版发行)

86-10-65004079 (总编室)

86-10-65389299 (邮购部)

E-mail: wrtspub@public.bta.net.cn

http://www.zuojiachubanshe.com

印刷：杭州供销印刷有限公司

开本：850 × 1168 1/32

字数：313 千

印张：12.5

插页：2

印数：001-1000

版次：2004 年 9 月第 1 版

印次：2004 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 7-5063-3053-9

定价：30.00 元



作家版图书，版权所有，侵权必究。

作家版图书，印装错误可随时退换。

本书由浙江大学董氏文史哲研究奖励基金资助出版

内 容 简 介

本书立足于我国电视剧艺术实践，联系当代中国转型分化的社会背景，从审美文化的视角观照、分析电视剧艺术的本质特征、表现形态、文化接受、文化观念、文化联系和文化功能。本书作者认为，电视剧文化属于一种新兴的大众文化文本，拥有极广泛的文化渗透力和社会影响力，呈现出贴近生活的真实性、当下性和介入家庭的日常性、私人空间性等审美文化属性；特定的国情与体制以及民族文化心理特征，则构成了我国电视剧特有的雅俗整合的审美文化形态；而传统文化、外来文化以及地域文化的融合互动，又构成了我国电视剧多样复杂的审美文化面貌。

序

朱栋霖

在我的学生中，郑淑梅是有毅力的一个。她像大多数江南女子一样纤柔，但她又像中国许多坚毅的女性那样，认定了目标就付出百倍的努力，她不犹疑，她持之以恒，默默地全力以赴。攻读博士学位决不是如外界所想像的晴窗雅读悠哉游哉，它不仅是智慧与才华的喷发，也是体力与毅力的比拼，你必须长久地与单调寂寞为伴完成一项马拉松式赛跑，这对于人性的舒展与愉悦无疑是残酷的。所以我经常规劝前来报考博士生的年轻学子尤其是女同学，若非个人对文学特别钟情大可不必往这个实无名利的圈中折磨青春。不是对女性格外歧视，而是我认为无情寒窗对于她们尤显残酷。但郑淑梅还是毅然决然地选择了这条学术之路，并顺利地完成了学业。如今，她的博士论文终以新颖的论题与较高的学术水平成为一部专著出版，这期间她付出的心血与辛苦，毅力与苦力，尤其是她作为一位还承担着家庭重负与责任的女性所做出的拼搏，常令我赞叹不已！她的年龄使她不能像20多岁的年轻人那样轻松通过英语六级，而苏州大学规定授予博士学位与国家英语六级挂钩。她两次未过关，第三次却以高分一跃而过。她告诉我这个消息时很轻松，也很淡然，但是我能够想见她付出了多少努力。她总是很平静，说话轻声细语不紧不慢，她以沉静的

毅力完成着她的工作，她不事张扬，她不推卸，她能担当。她的业绩初升，本在预料之中。

郑淑梅来苏州大学攻读博士学位前，已在浙江大学讲授电影艺术理论课程，还参与了影视界的一些学术活动，对于当代影视应是比较熟悉的；在确定学位论文选题时，我遂建议她选择电视剧研究这一课题。中国电视剧的理论与美学领域基本上还是待开垦的处女地，耕者寥寥；电视剧研究无论对于我国电视艺术发展还是高校传播学科理论建设都极为迫切。我一直希望能有一批青年学子投身其中，在这一最新领域做一名理论拓荒者，大家一起来改变目前我国电视飞速发展而理论研究严重滞后的不相称现象，建构起有中国文化特色的电视剧艺术与美学理论体系。令人欣慰的是，她的两位师兄肖平和杨新敏先后以《纪录片编导实践理论》和《电视剧叙事研究》通过论文答辩，获得博士学位，目前两书均已出版。郑淑梅研究电视剧，则从审美文化切入，视野同样开阔。时下，全国3000余座电视台及其所拥有的更大数量的电视频道，每天至少要播出电视剧6000集以上，这本身就足以构成当代中国社会的一大文化景观。而电视剧在中国社会所产生的影响更是一种重要文化现象。应该说，在当代社会，还没有哪一种艺术比作为文化的电视剧所发挥的文化作用更大。

郑淑梅在这本电视剧论著中将电视剧文化明确定位为“新兴的大众文化”，她认为，“作为文化的电视剧，从其本质来看，归属于新兴的大众文化，是一种大众文化文本。中国审美文化的当代形态，一个突出的标志就是大众文化的崛起”；并指出其特点：这种“大众文化是新的电子传播技术催生的文化形式”，她同时也看到，电视剧的大众文化是现代意义上的“大众”，他们具有相当的读写能力和审美能力，不再等同于过去大多目不识丁的平民百姓。而且，电视剧作为现代电子化艺术，拥有极广泛的

渗透力，既突破了传统文化的地域局限，也突破了传统的雅俗文化的壁垒，提供给普通百姓更多参与文化的机会。不仅如此，电视剧作为大众文化和产业文化，影响所及实际上已远远超出了“平民百姓”的范围，电视剧与受众之间具有一种本质上全新的社会关系。全书以电视剧的文化本质“大众文化文本”为总纲，分别论述电视剧的文化形态、文化发展、文化接受、文化类型、文化意识、文化传承、文化功能，高屋建瓴，纲举目张，层层剖析，由表及里。书中一系列精辟之见和新的创见，对资料的细致梳理和恰到好处的运用，都使你感受到一位女性研究者的敏锐感觉、细致深入与思绪清晰。

电视剧文本的文化内涵以及它对社会的影响——这种影响也主要是文化的，其核心是什么？我认为是“人”的观念，是人类对自我的不断描写、不断表现、不断发现、不断丰富与发展。那些轰动一时、影响深远的电视剧无不以其对剧中人物的新的表现强烈地透露出人对自我的新的认识，应和着我们的时代变动而嬗变着的人的观念，人的自我，人性与心灵——人的思想、情感、欲望，人与人、人与社会、人与自然之间的关系。在我国电视剧的发展史上，那些造成过深远影响的电视剧作品的播出在悄悄地改变着我们对人的看法，改写着当代中国关于“人”的观念，同时也改变着现代社会的“人”学观。正是缘于这一核心理念，郑淑梅进而对电视剧创作的文化意识做出分析。她深刻地指出，当代中国特定的审美文化语境，特定的国情和体制以及电视剧本身作为复杂的审美创造，“这一切又决定了中国电视剧，并非单纯的大众文化文本，而是新兴的现代大众文化与国家主导文化以及社会精英文化三者交互作用的结果”，呈现为特有的具有“中国特色”的雅俗整合的审美文化形态。本书中关于三种文化意识的交互作用的分析，关于电视剧观众、市场的剖析，关于电视剧文

化类型和文化遗产关系的论析，无疑都是其精彩论述。

论者的敏锐、细致与理性，使本书抓住了电视剧审美文化研究的关键。正如本书已看到的，“艺术之所以存在，就是为了帮助我们重新感受到生活”，人的本性存在于人自身不断创造文化的符号活动之中，因此，电视剧对于社会的文化导向，对于人类精神文化的重构，具有不容忽视的文化功能。这也应该是郑淑梅这本研究中国当代电视剧审美文化新著的文化价值。

2004年8月29日

苏州读万卷堂

序

陈 坚

记得黑格尔在《美学》开篇中说过：“就对象来说，每门科学一开始就研究两个问题：第一，这个对象是存在的；其次，这个对象究竟是什么。”当今蓬勃发展的电视文化是一种多门类、多层次，最广泛、最现代化的人类文化形态，有着民族的、地域的心理结构、审美趣味、精神意识和富于朝气的时代精神，同时又具有专门化文化的身份、鲜明的个性及自身规律。在电视文化体系中，电视剧是极其重要的部分，这一最为年轻的艺术，以其独特的魅力赢得了数以亿计收视者的青睐和关注。那么，电视剧究竟是什么？具有哪些根本性的特征和形态？这对于我们现当代文学研究者来说，不能不说是一个新的课题。

郑淑梅的《中国电视剧审美文化研究》对于这个新课题，从审美文化的视角作了系统全面的研究和深层次的探索，应该说，这个选题和成果本身，就具有鲜明的现实性和前瞻性的学术价值。

这本专著将文学的历史现象置于理论支点上进行研究的思路首先值得肯定。作者没有限于历史描述的平面格局，而是立足于我国电视剧艺术的实践和众多影响较大的文本，紧密联系社会转型期的文化背景，从审美文化的角度探讨了电视剧的文化特征、文化形态、文化接受、文化类型、文化意识、文化传承和文化功

能等等，可以说，对于电视剧作为审美文化的特性作出了全方位的阐述，提出了许多有学术价值和现实意义的见解。比如对电视剧文化本质属大众文化文本的定位，通过对电视剧与电影、戏剧、广播的比较，深入到对电视剧特有的大众文化品格内涵的深度开掘，提出电视剧不但是—种大众文化载体，同时又是一种复杂的精神的审美创造，它已经成为大众文化、主导文化、精英文化的结合体，而具有了与西方或港台电视剧不同的审美品格。这样的界定和剖析相当透彻，颇见理论深度。再如，作者认为，电视剧由于对于日常化、家庭化、当下性的“深度介入”，使其成为一种强有力的审美话语，它所构筑的“第二重生活空间”的私人化色彩和亲切性风格，甚至铸定了这一新的艺术形式整体的美学风貌与结构方式。电视剧的逼真性与假定性的统一，使观众在虚拟的艺术世界中投入“幻觉审美”；内在审美观念与外在审美形式的和谐—致，这一完整结构与观众审美心理的契合，正是电视剧“轰动效应”构成的前提因素。从这些独到的见解中，可以看出作者认知和分析艺术问题的深刻理解和思辨能力，而这些理论的阐释是设立在对材料的广泛占有、严加筛选、充分驾驭之上的，因而论著不是泛泛而谈而是富有鲜明的具体感，在一定程度上增强了论述的说服力和现实针对性。

作为具有学术探索价值的新成果，这部论著尚有一些有待深入的地方。比如，对于近年来影响很大的精品力作多有涉及，而对于那些虽然并未产生轰动效应却又颇具特色的作品关注较少等等，不过，它并无损于这部专著对丰富、深化我国电视剧理论所做的努力，也说明作者对于电视剧的审美文化思考还有进一步拓展的余地，她只要持之以恒，将这项研究推进到更深层次，应当是可以预期的。

郑淑梅同志具有较强的艺术感悟力和较好的专业理论基础。

从文艺学硕士到影视戏剧学博士，她在学术道路上迈出的步子是坚实而顺畅的，特别是，她有很强的事业心和坚韧进取精神，勤勉刻苦，从不懈怠。作为评委之一，当年我也参与了她的博士论文答辩，来自北京大学、吉林大学、山东大学、华中师范大学的诸位博导给予她的论文以高度评价。博士论文通过以后，在五年间她一直继续着她的思考和探索，其中部分内容作为单篇论文陆续发表于学术刊物，受到了学界的瞩目，就是一个明证。今天它终于以专著的形式问世，是值得高兴和欣慰的。愿她进一步充实、丰富知识结构，加强和提升自己的理论素养和科研水平，在学术领域取得更丰硕的成果和业绩。是为序。

2004 年盛夏

目 录

序	(1)
序	(5)
绪论 从文化看电视剧	(1)
第一章 文化本质论：大众文化文本	(12)
第一节 “第二重生活空间”：电视剧大众文化品格之一	(12)
第二节 力量寄寓“俗”之中：电视剧大众文化品格之二	(35)
第二章 文化形态论：雅俗整合的“中国特色”	(52)
第一节 当代中国审美文化与电视剧的雅俗整合	(52)
第二节 主导文化与电视剧“主旋律”	(68)
第三节 精英文化与文艺大众化	(80)
第三章 文化发展论：观念演化与民族品格的探寻	(90)
第一节 艺术形态演变的三个阶段	(90)
第二节 艺术本体意识的自审	(113)
第三节 民族审美品格的探寻	(126)
第四章 文化接受论：市场化与观众高参与	(141)

第一节 电视剧市场化及其状态分析	(141)
第二节 电视剧审美接受特征分析	(154)
第三节 电视剧轰动效应现象分析	(170)
第五章 文化类型论：文化原型与电视剧类型化	(186)
第一节 类型理论与电视剧的类型化	(187)
第二节 救世主原型与帝王清官剧类型	(193)
第三节 阿利玛原型与家庭言情剧类型	(209)
第四节 赫那克勒斯原型与武侠警匪剧类型	(221)
第六章 文化意识论：价值观念与时代意向	(238)
第一节 英雄话语：民族精神的时代选择	(238)
第二节 道德话语：伦理价值的重新确立	(252)
第三节 女性话语：性别意识的现代变奏	(269)
第七章 文化传承论：传统小说与现代“荧屏说书”	(285)
第一节 故事·小说·电视剧	(285)
第二节 电视剧于传统通俗小说之叙事传承	(292)
第三节 电视剧于传统通俗小说之审美传承	(329)
第八章 文化功能论：审美蕴涵与文化导向	(340)
第一节 电视剧审美意味分析	(340)
第二节 电视剧文化导向与叙事精神	(354)
第三节 未来电视剧艺术之路：现在·未来·民族·世界	(370)
后 记	(385)

绪论 从文化看电视剧

在 20 世纪的最后几十年里，伴随着科技腾飞的翅膀，电视作为大众传媒明星迅速风靡了整个世界，人类进入了一个全新的电视文化时代。到今天，全世界几乎所有的国家都开办了电视业，卫星电视发射网络在理论上覆盖了地球的每一个角落。与此相适应，电视机日益走向普及，全世界数千个电视组织昼夜不停地把多得数不清的电视节目信号通过发射塔、传输电缆和通信卫星传送到千家万户的电视荧屏上。收看电视已经成为当代人的一种新的生活方式，甚至是日常生活的基本需求之一。电视已经远远超过了报刊、书籍以及广播、电影而成为当代社会最具吸引力和影响力的传播媒介和娱乐样式。

在电视文化体系中，电视剧是极为重要的一部分。简单地说，电视剧是伴随电视而诞生的、在电视荧屏上演剧审美的艺术。正是因为有了电视剧，电视才在它诞生之初就显示出巨大的魔力。“最初的人们对于能在家中就看到有声有画的‘小小电影’真是又新奇又激动”。所以，“当电视刚刚在一个地方出现时，总会有一个受众狂热时期”。^①在我国，1980 年电视在大中城市刚开始深入家庭，这年春秋两季，中央电视台播放了两部外来电视系列剧《大西洋底来的人》和《加里森敢死队》，

① 苗棣、范钟离：《电视文化学》，北京广播学院出版社，1997 年版，第 161 页。

就引起了巨大的轰动，当时的那份兴奋与痴迷至今仍深深印在观众的记忆中。那以后，80年代的《新星》《红楼梦》《西游记》《便衣警察》《篱笆·女人和狗》，90年代的《渴望》《编辑部的故事》《北京人在纽约》《过把瘾》《三国演义》《英雄无悔》和《水浒传》《雍正王朝》《还珠格格》以及近年来的《突出重围》《激情燃烧的岁月》《走向共和》等等，在我国这样一个有着十二亿五千万人口的东方文明大国，电视剧居然一次次地造成了全国性的社会轰动：数以亿计的收视者，社会各阶层的关注，新闻媒体的报道，学术界的评论，以及政府的重视和投入，各地企业、投资者的期望与参与……所有这一切都极大地搅动了当代中国的社会文化生活。无疑，在我国，电视剧已超出了单纯的艺术和美学的领域而渗透到整个社会文化之中，渗透到人们日常生活的各个角落。电视剧既是人们参与审美活动的艺术形式，同时又构成了当代社会极为重要的审美文化现象。

“文化”是个十分普泛的概念，若是从人类学最一般的意义上来认识，“文化映寓着历史发展过程中人类物质和精神力量所达到的图景、程度和方式”。它既包含人类衣食住行等生存所必需的物质文化，也包括作为制度、规范的人类群体生活所必需的社群文化，还包括人类心理调适所必需的精神文化，包括宗教、信仰、文学、艺术等等心理需求的升华。精神文化“由人类社会实践和意识活动中长期孕育出来的价值观念、审美情趣、思维方式等组成……是广义文化的核心部分，因之又可理解为狭义的文化”。^①电视剧作为一种文化的存在，它显然归属于精神文化层面，是为人类心理调适所需而在现代电子

^① 丁亚平：《艺术文化学》，文化艺术出版社，1996年版，第32-33页。

传媒基础上诞生的审美文化新样式。从文化看电视剧，我们主要是从狭义的文化概念来理解和使用的，也就是撇开了电视剧生产的物质和制度层面的分析，侧重从文化观念的层面来观照和分析电视剧的审美形式及审美行为，分析和理解在电视剧的社会实践中所指涉的行为方式、形式特征及观念意识等构成的文化深层结构。

人是文化的人，人置身于社会的文化世界之中。人与文化互相塑造，互为因果，文化是人类达到更高水平的人类生命本质的存在，人与动物的根本区别就在于人类对于形而上或本质的认知永远都是需要的，人类不仅不懈地改善和完善自身的生存状况，而且不断地寻求形而上的认知。审美文化正是人类为自身而创造的人类关照自我、寻求生命本真的重要的精神文化形式。文化是个内涵丰富的系统，审美文化构成了特定文化的符号系统的一部分；文化又是个发展变动的动态系统，艺术文本总是植根于时代社会与整体文化的意指系统之中。因而，从文化角度看电视剧，便于我们从一个整体的、发展的视角来考察和认识这一新兴的审美文化形式。本书尝试将电视剧置于我国当代社会文化语境之中加以审视和分析，侧重从电视剧审美文化的本质特征、形态属性、观念形式的演变、观众接受的状况、以及文化类别和文化意识特征、文化的传承联系及其审美意味和社会文化功能等方面进行梳理和剖析，以获得对我国电视剧丰富复杂的文化行为和文化现象的理性认知和把握，促进和引导我国电视剧艺术健康成熟的发展。

电视剧作为文化，与“作为文化的电影”^①一样，同样可

^① 电视剧作为后起的影像艺术，常常与电影并称为影视艺术，从文化的角度来看，两者更有诸多的相似性。参见陈晓云、陈育新：《作为文化的影像·导论》，中国广播电视出版社，1999年版，第1-10页。