

文 艺 学 与 美 学 从 书

电视审美文化论

On Aesthetic Culture of TV

胡智锋 · 著

北京广播学院出版社

图书在版编目（CIP）数据

电视审美文化论／胡智锋著．—北京：北京广播学院出版社，2004.1

ISBN 7-81085-227-2

I . 电… II . 胡… III . 电视 艺术美学 IV . J901

中国版本图书馆CIP数据核字（2003）第086627号

电视审美文化论

作 者： 胡智锋

责任编辑： 欧丽娜

封面设计： 武晓强

出版发行： 北京广播学院出版社

北京市朝阳区定福庄东街1号

邮编： 100024

电话： 010 - 65738557 65738538

传真： 010 - 65779405

网 址： <http://www.cbbup.com>

经 销： 新华书店总店北京发行所

印 刷： 北京中科印刷有限公司

开 本： 850×1168毫米 1/32

印 张： 11.75

版 次： 2004年1月第1版 2004年1月第1次印刷

ISBN 7-81085-227-2/N·118

定价： 25.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

丛书顾问：

刘继南 苏志武

编委会主任：

蒲震元 张 晶

编委：

张 晶 苗 棣 胡智锋 蒲震元

蔡 翔 闵惠泉 张树庭 周 涌

陈友军 王 听 张国涛

丛书主编：

胡智锋 苗 棣

中国电视呼唤理论创新

(代序)

“理论创新”是党中央提出的具有中国特色社会主义事业建设特征的战略性重大命题。中国电视事业作为中国特色社会主义事业的一部分，理应与之相呼应。中国电视呼唤“理论创新”，这是中国电视事业保持持续、健康发展的需要。中国电视的“理论创新”同时也是国家“理论创新”、“知识创新”的一个有机组成部分。

一、中国电视的理论创新是电视实践发展的必然要求

中国电视的实践在改革开放的时代氛围中获取了有目共睹的巨大发展。无论是电视节目制作的数量和品种还是电视节目的质量，无论是电视创作还是电视技术，无论是电视的管理还是电视的覆盖，方方面面都在近二十年的时间里获得了质的飞跃。由于中国电视的实践发展远远超过了人们的预料，所以不论人才准备还是思想准备、理论准备都明显不尽充分。而实践发展的结果必然呼吁有指导性、针对性的电视理论作为其智力支持与思想动力，没有理论指导的实践难免会出现盲目、混乱和无序。

中国电视的实践在飞速发展中不断创新，新的思路、新的方法和新的手段不断改变着中国电视的屏幕形象，并不断推出一批又一批电视从业的新人。而相比较而言，中国电视的“理论创新”步伐则较为迟缓，电视“理论创新”落后于电视实践创新已成为一个不争的事实。这一点从电视与其相关领域的比较中便可以见出。其他相关领域如文学、戏剧、电影、音乐、美术等艺术样式，如报纸、

杂志、通讯社等传播样式，其“理论创新”和与之匹配的实践创新大多呈较为平衡的状态。在这种情况下，如果不加大力度，推动中国电视“理论创新”的步伐，就难免会使快速发展中的中国电视实践缺乏理论的支持与支撑，从而失去可持续发展的动力。

二、中国电视理论创新是电视理论自身发展的必然要求

中国电视的理论建设自身经过几十年的积累，已有了一定的基础。但以一个有严谨学科体系支撑的理论标准来看，中国电视自身还有众多缺憾，还远未成熟。

首先，基本理论框架尚未搭设完备。从电视内部研究来看，电视传播学、电视艺术学刚刚起步，电视语言学、电视心理学尚待创建，而具有中介意义的电视美学依然处于草创阶段。从电视外部研究来看，电视文化学、电视哲学、电视法学、电视管理学、电视社会学等方面的研究与电视内部研究的情况大致相似。应当说，对于电视制作的各个环节的研究还是取得了相当大的成绩，如电视编辑、电视照明、电视摄影、电视制作、电视播音、电视主持等都有较多积累，但是从严格的理论意义上来看，其内在的规定性尚不够严谨和严密，不足以达到“学”的水准。作为一个内部工程极为复杂，外部关系也极其繁多的领域，电视理论的框架搭设是否科学，对于电视理论的整体建构意义重大。

其次，从其基本学术话语来看，电视理论目前还处于原始积累阶段。由于历史的原因，电视理论的基本学术话语或来自于一般新闻传播学，或来自于艺术学。而电视本身集传播与艺术于一体的特殊性质，使得单纯从新闻传播学或单纯从艺术学出发所推出的话语系统与自身内在要求不尽吻合。如何才能找到属于电视自身的，或具有电视自身本质规定性的学术话语，是未来中国电视面临的十分艰巨的任务。只有学术话语获得了独特性，才有可能带动一个成熟

的理论的形成。

再次，电视理论自身的创新是国家“理论创新”、“知识创新”的时代要求。中国电视“理论创新”，离不开中国电视实践提供的鲜活素材，离不开其他成熟理论的滋养和辐射，更离不开博大精深的数千年民族文化的营养和哺育。当然，也要借鉴其他先进国家和地区的文化学术理论、传媒理论。在这些因素的综合作用下，中国电视理论的创新可以找到扎实有力的依托。由于中国电视是一个新兴的正在蓬勃发展的事业领域，中国电视的“理论创新”从这个意义上讲，对于丰富充实国家的“理论创新”和“知识创新”工程便具有重要的推进作用，而国家的“理论创新”和“知识创新”的工程也不能不包含中国电视的理论创新。

中国电视的理论创新既有实践的要求，更有自身丰富、完善、成熟的要求。只有大胆地创新才可能使这个后起的理论具有现代的气质和时代的内涵，才可能超越传播学术理论的约束，找到自己的空间和天地。

三、中国电视理论创新的主要任务和主要内涵

中国电视理论创新的主要任务，简单说就是解决有中国特色社会主义电视实践的战略战术问题，推动中国电视体系自身的完善和成熟。而中国电视“理论创新”的主要内涵则至少应包括以下四个方面：

1. 对电视实践中出现的新问题作出理论阐释。中国电视实践在迅疾发展中不断遇到前所未有的问题，这里既有全局意义上的战略性问题，也有局部的、微观的战术性问题。如何解决这些问题，如何理解和认识这些问题，如何清醒地把握这些问题是中国电视理论义不容辞的职责。如中国电视的覆盖，从较小规模发展成“四级”办电视的多级覆盖规模，现在又处于新的收缩与整合阶段，这中间了出现了许多战略与战术问题，包括机构、组织、人员的设

置，包括人、财、物的管理，包括经营与开发等等，这些问题牵连着复杂的利益关系，直接影响着电视事业的发展。如果没有科学的理论，没有能解释这些新问题的新理论，实践将处于盲目混乱状态。再如电视实践中最直观的节目问题，从节目的品种类型到节目的组织、编排、制作，到节目的管理和开发，也都面临着不断出现的新问题。之所以出现一哄而上的“跟风”、“克隆”等问题，很重要的一个原因是我们没有对节目的新观念作出理论阐释。我们很高兴地看到近年来在上述问题领域出现了一些理论探索，但总体看来力度不够，远远不能满足飞速发展的实践需要。

2. 对中国电视发展现状与趋势作出理论判断和预测。如何看待当下中国电视发展的整体现状，如何看待中国电视未来的发展趋势，这些都需要新的理论进行判断和预测，原有的一般新闻学理论、艺术学理论可以作为借鉴，但毕竟中国电视的发展有其自身的特点，有它许多特殊性和难以预测性，这种情形要求我们的电视理论不能按部就班地照抄照搬现成的理论，而需要进行大胆创新，以对电视的发展现状作出科学、准确、到位的理论判断和预测。如对中国电视观众的收视状况的调查与分析；如网络媒体对电视的影响；如加入WTO后境外媒体对中国电视的影响，这些问题很难有现成的适合的理论武器，必须靠具有创新意义的理论去予以解决。

3. 对电视新的学科领域进行开掘、发现与完善。在电视理论的体系框架中存在着不少的空白，从电视理论的完整性来看，如果不能开掘和发现并填补这些空白领域，电视理论的整体水平将难以提高，尤其是电视理论的独特性将很难得以发现。目前，从电视内部关系来看，主要有传播和艺术两大部类，而相应的电视传播学研究和电视艺术学研究尽管比较薄弱，却已经起步并取得了一些成绩，但电视传播和电视艺术的中间地带即电视的传播艺术地带则几近空白。这是一个交叉、边缘的地带。事实上，不论是从实践的角度还是从理论的角度，电视的传播艺术研究都是一个最具电视特质也最具挑战性的领域，尤其是在中国特殊的国情条件下，开掘与发

现中国电视的传播艺术将大大提高中国电视的整体水平，并对完善中国电视的理论体系具有重大的学术价值和理论意义。此外，单方面的或单一环节的研究还不够，电视的发展越来越要求更具综合性质的研究。仅从节目创作的角度来看，各个制作环节的研究就需要进一步整合，形成综合性的研究，如电视策划研究等。不论是边缘交叉性质的学术研究还是综合性的研究，都是目前中国电视理论研究中的薄弱环节甚至空白点。加大对这些新的学科领域的开掘与发现力度，对完善电视理论的整个学术体系将起到巨大的推动作用。

4. 更新电视理念，建立新的电视学术话语规范。电视理论的成熟，往往体现在电视学术话语的规范上。所谓电视的学术话语，包括了电视的基本概念、术语和各种学术表述等方面。从近二十年的中国电视理论研究来看，中国电视学术话语从借助其他成熟的学科理论术语到逐渐寻求具有电视特点的学术话语，从表面的形象描述到更加准确的学术界定，推出了不少为业界和学界所熟悉的新的概述、术语和表述，但这些新的术语概念和表述还不能说已经有了统一的稳定的质的规定性，还有待未来电视发展特别是电视理论发展的检验。不论怎样，新的实践和新的学科领域要求电视理论必须不断更新理念，逐步建立起具有自身特点的新的术语、概念和表述，在此基础上，再建立起具有准确的内涵、较多的理论概括力并为业界、学界和社会广泛认同的、稳定的、统一的学术话语规范。只有这样，电视的“理论创新”才具有实质性的意义。

总之，中国电视“理论创新”是中国电视实践的呼唤，也是中国电视理论自身发展的呼唤。中国电视“理论创新”面临着极其艰巨的任务，它需要电视实践的从业者、电视理论的研究者、电视事业的管理者共同努力，同时也需要得到其他文化学术理论的滋养。新的和日益开放的时代环境给了我们推进中国电视“理论创新”的巨大空间，相信所有从事这一工作的人们只要兢兢业业，奋力探求，就会有宝贵的收获。

胡智锋

目 录

中国电视呼唤理论创新（代序）	（1）
----------------------	-----

上 篇 再 现 与 表 现

第一章 电视剧：标准·取向·情境设计	
——以“现实题材长篇电视剧”为例	（3）
第一节 关于现实题材长篇电视剧的评价标准	（4）
第二节 当前“现实题材长篇电视剧”的总体取向与问题	（7）
第三节 “现实题材长篇电视剧”的情境设计	（9）
第四节 源于生活 融于生活	
——现实题材影视作品对社会生活的影响	（14）
第二章 纪录片：品格·视点·文献记录	（27）
第一节 品格与使命——兼评50集纪录片《中国人》	（27）

第二节	视点·····	(53)
第三节	文献记录——从《共产党宣言》说起·····	(65)
第三章	法制类节目：成长历程·意义·问题与关系·····	(75)
第一节	电视法制节目的成长历程简述·····	(75)
第二节	电视法制节目持续走红趋热的主要原因及意义 ·····	(78)
第三节	电视法制节目目前普遍存在的五个问题·····	(80)
第四节	电视法制节目创作中的十个辩证关系·····	(86)
第四章	引进类节目：全球化背景下的本土化选择·····	(91)
第一节	开放度·本土化·传播艺术 ——中国电视引进节目特质探析·····	(91)
第二节	CCTV国际部节目点评·····	(99)
第五章	游戏娱乐节目：“电视娱乐热”留给我们的思考··	(103)
第一节	电视观众喜欢有“味道”的娱乐节目 ——并非一个“玩”字了之·····	(104)
第二节	电视文化呼唤理性的批评话语 ——并非一个“不屑”了之·····	(107)
第三节	传播媒体需要健康的“娱记”队伍 ——并非一个“炒”字了之·····	(110)
第六章	晚会类节目：电视春节晚会三论 ——从CCTV2002春节联欢晚会说起·····	(113)
第一节	难点：对于四大功能的把握与处理·····	(114)
第二节	重点：节目系统的构建·····	(116)
第三节	特点：电视传播的“点”的选择·····	(118)

第七章	DV类节目：非职业影像运动·····	(120)
第一节	DV成为中国影像先锋的背景·····	(121)
第二节	DV的社会、文化、影像价值评析·····	(124)
第三节	目前DV创作的发展和应注意的问题·····	(126)

中 篇 接 受 与 创 造

第八章	“电视文艺对社会生活的影响”调查报告·····	(131)
第一节	调查结果—图表分析·····	(132)
第二节	关于主持人及文艺节目的建议·····	(160)
第三节	小结·····	(163)

第九章	电视法制节目建设与社会生活之关系·····	(166)
第一节	中国电视法制节目与观众需求的关系·····	(167)
第二节	中国电视法制节目与法律服务·····	(173)
第三节	法制节目建设与社会文明水平提高之关系·····	(181)

第十章	电视媒体：关于电视媒体的形象塑造	
	——以湖北卫视为例·····	(190)
第一节	湖北卫视的媒介生存环境·····	(190)
第二节	湖北卫视媒介形象塑造的战略思考·····	(191)
第三节	湖北卫视媒介形象塑造中的策略问题·····	(196)

第十一章	电视频道：创建科教频道的意义和价值·····	(200)
第一节	科教频道创建的背景与动机·····	(200)
第二节	科教频道的定位和价值·····	(201)

第十二章	电视栏目评析·····	(204)
第一节	《中华民族》·····	(204)

第二节	《相约夕阳红》	(211)
第三节	《中华医药》	(213)
第四节	《艺术人生》	(218)
第五节	《当代工人》	(221)
第六节	《国际双行线》	(223)
第十三章	电视品牌的特征及创建	(226)
第一节	电视品牌内涵与外延	(226)
第二节	电视品牌的特征	(227)
第三节	如何创建电视品牌	(230)
下 篇 访 谈 与 综 论		
第十四章	关于电视传播与电视文艺的访谈	(237)
第一节	提高传播艺术水平 开创电视外宣新境界 ——访中央电视台副台长张长明	(237)
第二节	喜悦与忧患 ——访北京广播学院博士生导师张凤铸教授	(252)
第三节	国际视角本土战略 ——访中央电视台国际部主任张子扬	(264)
第四节	感受变化 ——访文艺节目主持人亚宁	(279)
第五节	张扬与清醒并存 ——访《艺术人生》制片人王峥	(288)
第十五章	电视文艺研究述评 (1995—2001)	(296)
第一节	断语“电视文艺对社会生活的影响”	(296)
第二节	电视综艺晚会研究述评	(299)

第三节	电视综艺节目研究述评·····	(312)
第四节	音乐电视研究述评·····	(324)
第五节	电视戏曲研究述评·····	(331)
第六节	电视文学研究述评·····	(340)
第十六章	中国电视文艺概况 (1996—2001) ·····	(345)
第一节	1996年电视文艺概况·····	(345)
第二节	1997年电视文艺概况·····	(347)
第三节	1998年电视文艺概况·····	(350)
第四节	1999年电视文艺概况·····	(353)
第五节	2000年电视文艺概况·····	(356)
第六节	2001年电视文艺概况·····	(359)
后记	·····	(363)

上 篇 再 现 与 表 现

第一章 电视剧：标准·取向· 情境设计

——以“现实题材长篇电视剧”为例

“现实题材电视剧”本身是一个包容性极强、范围极大的概念。从字面上来看，只要是发生于当代、当下社会现实的生活内容，均在此概念范畴之中。从这一意义来说，“现实题材电视剧”是一个非常难以类分、难以界定的概念。但新中国成立以来，作为一个专用概念，“现实题材”已在各个文艺创作门类中被广泛运用，也就是说，我们对于“现实题材”这一专用概念或名词早已拥有了可以意会的内涵和外延。而当“现实题材”与“电视剧”结合在一起，由于介入了电视这一现代化大众传播媒介的各种元素，便使“现实题材电视剧”这一概念内涵与外延更加复杂。而事实上，当下最受争议的命题也常常聚焦于“现实题材电视剧”领域。

本章将从评价标准、总体取向与问题及情境设计等三个方面阐述个人对于“现实题材长篇电视剧”的一些思考与想法。

第一节 关于现实题材长篇电视剧的评价标准

衡量一部现实题材长篇电视剧是否成功，该采用怎样的评价标准？这是我们研究现实题材长篇电视剧时经常会面对的重要问题。我认为这里至少可能有4个标准：政治标准、艺术标准、市场标准及社会生活容量标准。

一、政治标准

现实题材长篇电视剧由于其题材内容本身贴近现实生活的规定性，而必然触及当下政治的各个层面、领域。因此，如何在此前提下把握正确的政治导向，是我们衡量其是否成功的首要标准。在当今正在全面建设有中国特色社会主义的“转型”时期，我们面临着一系列复杂的、前所未有的问题、矛盾与冲突。且不说极其敏感的民族问题、宗教问题等领域，单是常规社会生活中的反腐倡廉、国企改革、下岗职工、社会治安等就足以令人感到棘手和困惑了。在扑朔迷离、纷纭复杂的这些生活内容面前，究竟如何认识、理解，进而处理表现呢？我们的“现实题材长篇电视剧”创作如果没有高度的政治责任感，没有较高的政治洞察力与判断力，就难免出现政治导向上的偏差甚至错误。而如果政治导向出了问题，纵使多么有趣、好看都是无济于事的，都是不能得到社会主流认同的。

二、艺术标准

对于电视剧创作而言，艺术标准应当是统一的，而“现实题材长篇电视剧”在充分发挥电视艺术家们富于个性的创造性以外，面临的最大问题也许就是如何处理宏大叙事与个人风格的关系——即如何将具有高度艺术概括力的宏大叙事与艺术家个人独特的艺术风格相结合、相协调的问题。由于“现实题材电视剧”与实际的、当下的社会生活内容相距太近，这就需要用恰当的艺术方式去处理