



新媒体传播 理论与应用精品教材译丛

电视批评 (第3版)

Television Criticism (Third Edition)

[美] 维多利亚·奥唐奈 | 著

嵇美云 | 译

2

4

清华大学出版社

新媒体传播 理论与应用精品教材译丛

电视批评 (第3版)

Television Criticism (Third Edition)

[美] 维多利亚·奥唐奈 | 著

嵇美云 | 译

2

4

清华大学出版社
北京

Copyright © 2017 by SAGE Publications, Inc.

Victoria O'Donnell

Television Criticism, 3rd.

本书中文简体字版由SAGE Publications, Inc.授权清华大学出版社出版。未经出版者书面许可，不得以任何方式复制或抄袭本书内容。

北京市版权局著作权合同登记号 图字：01-2017-4656

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

电视批评 / (美)维多利亚·奥唐奈 著；嵇美云 译. — 3版. — 北京：清华大学出版社，2018
(新媒体传播理论与应用精品教材译丛)

书名原文：Television Criticism, 3rd

ISBN 978-7-302-50248-7

I. ①电… II. ①维… ②嵇… III. ①电视评论 IV. ①J905

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 114724 号

责任编辑：陈莉 高岫

封面设计：周晓亮

版式设计：方加青

责任校对：牛艳敏

责任印制：李红英

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：清华大学印刷厂

经 销：全国新华书店

开 本：185mm×260mm 印 张：13.75 字 数：293千字

版 次：2018年7月第1版 印 次：2018年7月第1次印刷

定 价：48.00元

产品编号：073530-01

编委会

主任：林如鹏 暨南大学

主编：支庭荣 暨南大学

编委(按姓氏音序排列)：

李 彪 中国人民大学

李良荣 复旦大学

刘 涛 暨南大学

陆 地 北京大学

沈 阳 清华大学

谢耘耕 上海交通大学

张志安 中山大学

钟 瑛 华中科技大学

祝建华 香港城市大学

这是一个新兴媒体高歌猛进的时代。中国接入国际互联网二十多年，见证了网络社会的异军突起。“互联网+”计划和国家大数据战略的实施，进一步提升了新媒体的增长空间。截至2015年6月，全国的互联网普及率趋近50%，智能手机普及率超过七成。作为对比，北京地区电视机开机率保持在六成以上，从理论上说，如果电视机全部消失，对城市的影响已不太大，尽管还是会影响到相当一部分乡村地区的收视需求；同样，如果报纸全部消失，对大部分读报人口来说影响也不太大，尽管其阅读体验可能会下降不少。互联网和手机对于传统报纸和电视的替代性，越来越强。只要有手机在，没有报纸的日子并非难以忍受；只要有电脑、平板电脑和互联网，没有大屏幕彩电的日子也没那么难熬。人们对移动和社交的迷恋，甚至已逐渐成为一种“文化症候”。新媒体，正在成为人体的新延伸。

曾几何时，世界上最大的免费物品是空气和阳光，如今可能就要数互联网上的信息。网络信息的市场均衡价格，近乎为零。免费带动付费，以至于数字经济蓬勃生长。专业机构和众包生产参差不齐的内容，一起被投进了免费的染缸，难分彼此。在报纸的黄金时代，读者挑错的来电来函络绎不绝。在互联网时代，用户对低劣信息的容忍度却增加了，见猎心喜，愿意忍受免费、新奇而营养价值或许不高的内容。互联网以及整个新媒体家族，作为巨大的分布式的数据生产、复制工厂和推送、分享空间，具有一种吞噬性的力量。几乎人类有史以来创造的所有内容，都可以用极低的成本迅速数字化。这样一种近乎“黑洞”般的传播能力，使得任何单体的模拟制式的传播者黯然失色。新媒体以不可阻挡之势，席卷了内容、娱乐和各种各样的应用市场。

从产业结构层面来看，互联网以及新媒体世界的控制力，掌握在技术取向的大型平台和超级运营商的手中，这些大型平台和超级运营商，如谷歌、苹果、百度、腾讯、阿里等，逐渐囊括了信息聚合、信息储存、信息搜索、社交娱乐、地理位置服务、数据挖掘、智能制造、电子商务等环信息经济圈。新闻，只是它们的副业之一。

技术相对于内容的霸权，在目前这一信息技术革命不断升级的阶段是相当明显的。但是，人类社会终究由人们的认知、心态、想法、观念所主导，而非技术的奴隶。移动终端不过是增加了一些优越感和幸福感而已。好的内容，优质的新闻产品，始终有它的独特价值，并且能够在技术标准逐渐成熟后，再一次恢复自己的崇高声望。因此，技术不可或缺，内容也依然重要。计算机科学技术不等于新媒体的全部，新媒体传播的理论和应用，仍有许多独特的规律等待人们去探求。

满足人们需求的方式、介质，新传播技术正在并还将创造出很多种可能。看起来，新媒体传播与传统新闻工作有着一定的相似之处，它们都取决于一个个睿智头脑的即时

生产,标准化作业即使有,也是有一定限度的。语言的隔阂、用户的地缘兴趣随着距离的增加而衰减,决定了行业的规模边界。但是,机器人对人工操作的取代,在财经、天气等领域已初显身手。智能化技术将会解决很大一部分初级信息的生产和传播问题。技术的含量,与内容、产品、营销等类目相比,如果不是更重要,至少需要得到同等程度的重视。

与此同时,新媒体传播的理论和应用,也对深化和拓展传统新闻传播学的地盘提出了新要求。从历史的角度看,是互联网的出现承接、替代了媒体的功能,而不是媒体创造了网络。媒体是网络时代的追随者,是数字革命的后知后觉者,媒体恐怕做不到掌控网络的命运。互联网为各种各样的企业提供底层平台,也推动了商业、教育、娱乐和新闻信息等应用平台的成长。具有强大商业能力、创新能力的企业,乃是网络时代的弄潮儿。当媒体汇入了互联网的洪流中,意味着新闻业的变革成为必然。实践呼唤着理论的回应,新媒体传播学科的进一步发展成为必需。

当然,人们不应忘记,往往渠道越发过剩,数据越发富集,信息越发泛滥,而优秀的产品始终稀缺。这是新媒体传播的价值和命脉所在。

鉴于时代的新变化和人才培养的新需求,我们与清华大学出版社又一次携手合作,瞄准世界前沿,组织了一套“新媒体传播理论与应用精品教材译丛”,以飨国内的读者。前路漫漫而修远,求索正未有穷期。

支庭荣

本书的目标之一是以敏锐的洞察力帮助读者成长为严谨的电视观看者，让读者学会就一档电视节目提出一些颇具价值的问题，学会选择一种方法甚至形成一种方法来解答所提出的问题，进而给出令人信服的评判。本书旨在使读者了解从脚本到成品整个过程中电视节目的形态各异的诸元素，以便运用批评方法分析元素是如何被组合成各节目的；理解电视节目在其所在的文化中蕴含的纷繁多元的意义以及电视节目在不同观众的视野中可能具有的多重含义；最后，读者能够基于节目质量做出合理的判断，并将批评所得的成果传播给他人。本书的目标不仅仅是提供质量上乘的批评，更在于为读者进入电视行业，在以创造性见长的领域里建功立业打下坚实的基础。

作者在批评方法领域有着丰富、广阔的学术背景，她采访过杰出的电视导演、制片人、编剧和摄影师，参与过成功的电视节目的排练和录制，还曾亲自与著名电视一线人员面对面交流过，也曾在美国电视艺术和科学学会(The Academy of Television Arts and Sciences)和帕里媒体中心(The Paley Center for Media)举办的研讨会上，接触过电视连续剧领域声名卓著的编剧、制片人、导演和演员。因此，电视行业的现实运作给予了她极有价值的见解。

电视传播方式出现的变化令人目不暇接。鉴于网上资源的丰富性，不需要通过传统的电视机，人们就能观看到海量的节目。不过，很多时候，有的观众通过传统的电视机收看，有的观众通过在线订阅服务收看，这些观众所看的节目大多是相同的。无论人们观看的是精心剪辑而出的五分钟节目片段，还是整个系列节目，有一点没有变化，那就是观众仍然在看电视，因此，社会永远存在对电视节目制作这个行业的需求。将来可能会出现类型更新的屏幕，更为新颖的节目传播方式，电视节目的供应远远超出观众在有限的时间内所能收看的数量，概而言之，电视永远有其生存的空间。

本书是一本适用于大众传播、媒体研究、影视研究和传播学研究的教材。此外，其还可以作为修辞批评和文化研究课程的辅助教材。

主要特点

本书注重以理论为指导方针，从而产出高质量的批评成果。本书涵括了电视观众人口统计特征和节目收视率方面的一些核心内容。此外，电视制作属于创造性的事业，我们必须了解电视的不同风格，优质的批评一定以适当的理论背景为基础，因此，本书有部分章节专门探讨了批评理论。书中所用的语言清晰、简明、易懂。

本书分为四个部分：

- 第一部分是批评定向，包括“批评者的工作”和“电视行业解密”；

- 第二部分是电视的形式层面，包括三方面内容，分别是“电视制作技术和风格”“电视与民族国家叙事”“电视节目类型”；
- 第三部分是电视批评的理论路径，阐述了三种路径，即“修辞与文化”“表征与文本的受众”“后现代主义”；
- 第四部分是电视批评应用，包括两个层面，即“电视批评指南”和“电视批评示例(《生活大爆炸》)”。

第9章以问题为导向，将前8章内容转化为开展分析和批评的8类问题。我们给读者提供了一种可借鉴的模板，据此，可以针对具体电视节目提出问题、找到解决问题的方法，并写出别具一格的批评文章。最后一章是详细的批评示例，具体展示了如何运用本书中探讨的知识来读解和批评一档相对复杂的电视节目。

教学辅助

本书每一章结尾给出的习题，旨在引导读者将所学概念应用到习题的解答过程，达到学以致用效果。每章末尾还列出了阅读文献推荐材料。文本框中的内容是本书中重要信息的提炼。此书所举案例都来自当前热门的电视节目，以案例为纲，说明了开展批评的一些技巧。本书最后一章是对具体电视剧的详细的分析批评。附录是电视批评领域常见的一些专业术语。

本版新颖之处

互联网和数字设备改变了我们观看电视以及电视节目制作和广告制作的一些方式。评级制度也相应地纳入了新兴的节目传输系统。社交媒体对电视观看行为产生了广泛而深刻的影响。电视观众在博客上更为活跃，还常常通过投票和留言板与电视节目进行互动。本书最新版探讨了这些新现象。此外，本书参考文献中列出的文献，大多与互联网相关，可以优化电视批评的方法。新的术语，诸如**数字融合(digital convergence)**、**时移(time-shifting)**，同样反映了电视领域的新变化。

本书最显著的更新之处是：

- (1) 从近期的电视频道、节目和技术中选取案例；
- (2) 新增了图像、加框文字和习题；
- (3) 引用了众多导演、艺术总监、摄影导演和编剧的观点；
- (4) 更新了修辞、文化、表征和后现代主义部分；
- (5) 新增术语表和最后一章的批评示例。作者发现，情节剧的分析相对简单，情景喜剧的分析要比情节剧的分析更为复杂，喜剧值得分析的问题则更多，所以以情景喜剧的分析作为批评范例。

引言	1	拓展练习	51
小结	6	阅读文献推荐	51
阅读文献推荐	7		
第一部分 批评定向			
第1章 批评者的工作	10	第3章 电视制作技术和风格	54
导言	10	导言	54
批评目标	10	镜头长度与构图	55
新闻性的电视批评	11	多机位模式	57
批评立场	12	反应镜头	57
批评与文化	15	布光	58
叙事和语境真实	16	胶片摄制与数字摄像	59
批评类目和批评选择	19	风格、接收和数字视频普及	60
熟悉的、不熟悉的节目类型	20	摄制技巧应服从目的需要	61
批评向度	21	电视声音和编辑	62
小结	23	制作方式	62
拓展练习	23	艺术指导	63
阅读文献推荐	24	分屏传播	66
第2章 电视行业解密	25	导演	67
导言	25	演员	69
互联网的影响以及广告、节目编排和		小结	70
收视率的作用	25	拓展练习	70
电视广告策略	27	阅读文献推荐	71
在电视节目中推广产品	28	第4章 电视与民族国家叙事	72
植入式广告	29	导言	72
播出编排与广告	30	故事讲述与人类状态	73
电视节目制作	40	叙事性质	76
制作团队	42	叙事理论	77
小结	50	叙事结构	80
		互文性	82
		人物	83

原型.....	84	阅读文献推荐: 文化研究.....	144
神话.....	86	第7章 表征与文本的受众.....	146
小结.....	91	导言.....	146
拓展练习.....	91	什么是表征.....	146
阅读文献推荐.....	91	电视表征.....	147
第5章 电视节目类型.....	93	表征的诠释.....	148
导言.....	93	电视图像的接收.....	148
电视类型、制作和播出时段安排.....	94	符号.....	150
类型划分的规则.....	94	真实性的错觉.....	150
类型和电视批评.....	95	人们需要形象.....	151
喜剧.....	96	“他者”的表征.....	151
脱口秀.....	102	给电视批评者的建议.....	158
新闻.....	104	表征与集体记忆.....	160
杂志式节目.....	107	小结.....	161
情节剧.....	109	拓展练习.....	161
肥皂剧.....	115	阅读文献推荐.....	162
科幻剧.....	116	第8章 后现代主义.....	163
真人秀.....	117	导言.....	163
体育节目.....	118	后现代主义的界定.....	164
儿童节目.....	119	后现代电视.....	166
游戏节目.....	120	MTV的影响.....	168
其他类型.....	120	后现代理论.....	170
小结.....	121	小结.....	173
拓展练习.....	121	拓展练习.....	174
阅读文献推荐.....	122	阅读文献推荐.....	174
第三部分 电视批评的理论路径		第四部分 电视批评应用	
第6章 修辞与文化.....	124	第9章 电视批评指南.....	176
导言.....	124	导言.....	176
修辞学.....	125	批评向度.....	176
文化研究.....	134	故事和类型.....	177
小结.....	142	架构.....	179
拓展练习.....	143	人口统计特征.....	183
阅读文献推荐: 修辞分析.....	143		

背景.....	184	目的.....	190
节目外观及其符码.....	184	《生活大爆炸》的简要描述.....	190
分析.....	186	制作信息.....	192
判断.....	187	描述拟作分析的一集.....	194
撰写电视批评论文.....	188	拟作分析的问题.....	196
小结.....	188	分析和阐释.....	197
第10章 电视批评示例.....	189	小结.....	203
导言.....	189	术语表.....	204
论题.....	190		

引言

电视展示了新的美国梦。

——罗恩·霍华德论《今天》(Today)

1999年3月24日

电视节目的传输方式经历了重大转变。数字技术极大地扩展了传输系统的能力，可以提供传统的电视剧，还可以传送简短的节目，有的节目仅有二三分钟左右。此外，观众可以通过互联网与电视节目互动，在竞赛类节目中，观众可以对节目参与者的获胜结果施加影响，典型如《与明星共舞》(*Dancing With the Stars*)。结果，无论是通过传统的线性电视传输的内容，还是通过互联网上流媒体传输的电视内容，其已经扩散到了只要人们想看就能看到的程度。有线/卫星电视提供商和互联网服务商之间的竞争比以往任何时候都更激烈，因此，观众不仅能够及时地看到更多的新节目，还能更便利地接触到以往的电视节目。

2015年1月，FX网的负责人约翰·兰德格拉夫(John Landgraf)向电视评论家协会主办的会议提交的一份报告称，有线电视节目黄金时间“在过去五年里翻了一番，自2007年以来增长了三倍，自世纪之交以来增长达到了惊人的683%”。2014年，“美国的无线电视、有线电视和流媒体网络在首轮黄金时段和深夜播出的脚本化节目达到了352个，这还不包括公共电视网(Public Broadcasting Service，缩写为PBS)的数据[该电视网也播出大量的新节目(Nussbaum, 2015, P. 80)]。”根据NBC环球研究的数据显示，在电视黄金时段，113个有线电视网播出的节目内容达32 828小时，而在1999—2000年播出季，电视黄金时段仅有44个电视网，播出内容为12 537小时(Steel, 2015, P. 1)。奈飞公司(Netflix)在新内容上耗资30亿美元，亚马逊(Amazon)开发出了多个原创性的电视系列节目(Carter & Steel, 2014, P. 1)。《纽约客》(*New Yorker*)的电视评论家艾米莉·努斯鲍姆(Emily Nussbaum)宣称，对电视评论家来说这些信息令人吃惊。她写到，“当人们情绪激昂地给我发来推文(tweet)，称有些节目是电视上最好的节目的时候，我知道他们口说无凭，甚至只是谎言，因为大多数节目他们都没有观看过，说实话我也没有看过。”

对电视批评者而言，这种空前的活跃性是再好不过的消息了。我们可以选择观看的内容，无论是全新的节目、重播的，还是档案中年代久远的节目，无论是在传统线性电视媒体中录制的电视节目，还是在互联网的流媒体中，大多数时候，我们都可以在没有商业广告的情况下观看节目。在何时用何种方式观看电视千差万别，不过我们仍然在看电视。不同的地方在于，对于以何种方式观看电视，现在的观众拥有丰富的选择权，甚至具有很大的控制权。我们可以形成符合自己意愿的电视节目流。有时候，我们会中断节目流，举个例子，我们用数字硬盘录像机(Digital Video Recorder, DVR)录制某节目1

个小时，比如说《国务卿女士》(*Madam Secretary*)，在这种情况下，紧接着在《国务卿女士》之前播出的节目《60分钟》(*60 Minutes*)已经播完了，而《国务卿女士》最后一部分尚未录制完。当然，如果我们等上一两个星期，我们可以通过电脑链接到CBS网站来观看带有商业广告的《国务卿女士》，我们还可以从亚马逊、葫芦网(Hulu)、谷歌电视(Google TV)或其他网站以最低成本购买该电视剧，可以这么讲，只要观众想观看该电视剧的完整剧集，那么观众不会错过该剧中的任何一集。

我们对电视节目的批评也因时因地而变化。有时候观看电视是为了娱乐，有时候纯粹是为了消磨时间，怡情养性。几年前的一天，我的小儿子从蒙特梭利幼儿园回家后，观看了傍晚时段多个电视节目。我和我的老师讨论过此问题，她说不用太担心。“他在学校参与的一些活动太富刺激性，回家后或许可以通过看电视放松一下。”当然，我们都会通过看电视放松疲惫的身心。许多人在工作、上学一天后，只想在舒适的椅子上松弛太过紧张的状态，或利用手机聊天发短信，或使用各种数字设备，比如把电脑或平板电脑拿到走廊、阳台甚至床上观看电视。观看喜剧我们会开心而笑，看到犯罪行为得以制止，我们会如释重负。甚至一些看似不属于放松的节目，例如让人心惊的《犯罪现场》(*Crime Scene Investigation*)或者《法律与秩序之特殊受害者》(*Law and Order: SVU*)，也能给我们以抚慰，因为我们看到了犯罪分子被绳之以法，看到了正义战胜了邪恶。我们看到《行尸走肉》这类节目时有被吓坏了的感觉，但是当可怕的“局面”结束时，我们会倍感轻松。观看纪实性节目，可以享受到多种间接的体验，看其他人在谈话节目中透露如何驾驭生活，了解什么是新闻，关注天气情况，持续收看新闻节目以及体育频道中的赛事报道，从各种公共事务节目中了解与我们休戚相关的信息，从食物频道中获得新食谱。在全国性的或世界性的危机发生时，我们更有可能转向电视，可能是传统的电视，也可能是互联网上的电视，**迫切想知道**发生了什么。2001年9月11日，纽约世界贸易中心被袭击1年后，由皮尤研究中心(Pew Research Center)所做的“互联网与美国生活”这项调查以及《联邦计算机周刊》(*Federal Computer Week*)发现，57%的美国人表示，他们会首先选择通过观看电视获取信息(Associated Press, 2003, p. A7)。“9·11事件”发生4天后的另一项调查发现，美国人观看电视灾难报道的平均时长为8.1小时(Vedantam, 2001)。电视不仅是我们生活中非常重要的组成部分，而且具有改变我们生活的影响力。

阅读本书的读者，从来不曾经历过看不到电视的生活情形。我们家里，不止一个房间持续数个小时开着电视；在商场、健身俱乐部、大学学生会、酒吧、餐馆、机场、学校、百货公司、家用电器商店和加油站，电视会被从早到晚地播放。在摇滚音乐会和时尚节目中，最突出的是视频图像。音乐厅和体育场有巨大的电视机，能够让观众看到动作特写。银行开着电视机，以便排队等候的顾客观看；酒店把电视机放在浴室和电梯里；牙医使用高科技耳机，让患者在治疗牙齿的同时能够收听到电视频道；医生让病患在更优质的保健网络中边玩边候诊；兽医贴心地为等候中的客户调到动物星球频道(*Animal Planet*)；许多公立学校的生活始于第一频道(Channel One)，这是一个以

青少年为目标收视群体的新闻网络，其间充斥着大量的运动鞋和食品广告。机场的电视机有个特殊的“压过”一切的音量控制。如果电视机附近的人在说话，电视机的音量会自动上升。我们通过智能手机、平板电脑、手表和电脑接收电视节目。电视制片商拍摄的特写镜头越来越多，因为要适应各种小屏幕。福克斯电视网开发了“手机电视剧”(Mobisodes)，专门为智能手机定制的、精简的电视剧或迷你节目，以促进电视剧集的销售(McDowell & Ressler, 2006)。网络视频短片(Webisodes)是专门为下载或网络流媒体播放而设计的。网络音视频可以是节目预览、推广、简短节目集的一部分或者一则广告。传统的无线电视可能播出也可能不播出这类节目。大多数网络音视频比较短，大约3到15分钟时长，不过总的来说，它们是网络电视，具有戏剧性的、连续故事情节。如果错过了某个电视节目或忘记录制了，你可以稍后在YouTube、葫芦网(Hulu.com)、亚马逊、奈飞、约斯特(Joost)、谷歌电视和其他网站上观看到该节目。1997年，保罗·法里(Paul Farhi)在《华盛顿邮报》中写道：“就像无形的气体一样，电视银屏闪烁的光已经渗透、弥漫到曾经电视不存在的角角落落。”(p. 21)

1971年，当时有三个无线电视网络，有线电视和卫星电视还不太普及，一般美国家庭每天看电视的时长为6小时略多一点(Farhi, 1997)。拥有多个电视机的家庭，可选择的频道多达数百个，各人往往观看自己喜欢的节目，而不是和家人一起观看电视。选择越多，在喜欢的节目方面，观众的分歧可能会越大。另一方面，我们可能相聚一堂观看节目的同时就节目展开交流，尤其在观看类似超级杯(Super Bowl)这样的体育赛事时更是如此。通过第二屏(second-screen)与“朋友”在脸书(Facebook)或推特(Twitter)上交流正在收看的节目，日益成为司空见惯的现象。《时代》(Time)杂志的电视评论家詹姆斯·波尼沃泽克(James Poniewozik, 2010)说：“社交媒体增强而不是取代‘电视’……社交媒体将世界转变成了一个巨大的客厅。”(p. 21)多设备观看电视有助于电视重要性的持续存在。事实上，我们可以说，电视增强了每一种特定观众的个体文化。

有线电视和卫星传输为观众提供了数百个频道。遥控器使得频道切换更加迅速，俗称为“冲浪”或“不停地换频道”(grazing)，太多的观众觉得，每次一个频道放映的电视图像无法满足他们对电视的期望。因此，部分电视机具有画中画功能，允许观众在收看电视剧时及时关注足球比赛。已经成为电视机标准的高清晰度电视(High-definition television, 简称HDTV)提供的图像清晰程度，达到了观看电视屏幕就好像看着窗户一样，还能够在一个屏幕上以同等大小的窗口同时显示多达8个不同频道的电视节目。有些电视机可以观看三维图像，其中，部分是曲面的，可以发布全景图像。互联网让我们可以在笔记本电脑和其他数字设备上观看电视新闻、故事片和体育赛事及其他电视节目。直接与互联网相连接的电视机，可以绕过有线电视网和卫星提供商，以流媒体传输形式直接接收专门的节目、电影和信息服务。连接互联网的互动电视使我们可以为节目的参赛者投票。此外，相比于以前租用和购买DVD，现在公众观看电影和电视剧的数量更多了。

技术进步让大规模电视节目的制作变成了一种持续性现象。历史学家阿萨·布里格

斯(Asa Briggs)曾说,当前基本的技术革命与工业革命和人类历史上其他“触及人们身心”的剧烈变革旗鼓相当(Haigh, Gerbner, & Byrne, 1981, p. 208)。随着21世纪的信息高速公路和数字融合的视听创新(作为数字化结果的媒体技术以及提供替代性的电视观看方式),布里格斯1981年笔下的类比在今天显得更加令人印象深刻。我们不妨停下来仔细琢磨一下布里格斯写下的这句话:“在这个充满图像的世界,我们连最简单的诠释和批评都尚未学会。”(p. 208)

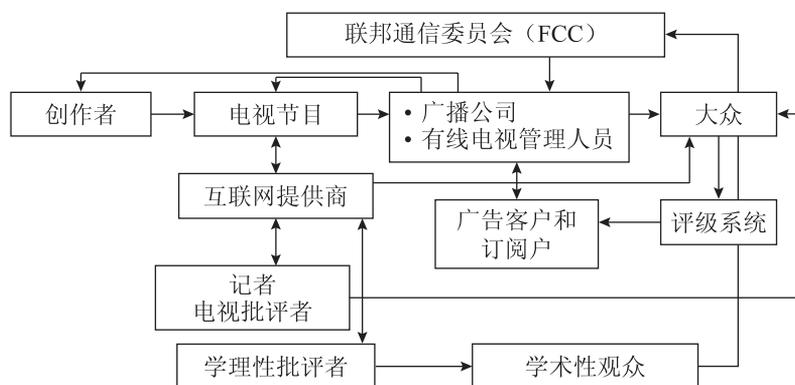
电视画面是多重因素交汇作用的结果,包括电视制作的各种技术、电视媒介本身以及节目形成过程中诸多决策的掣肘。正如尼克·布朗(Nick Browne, 1994)所言:“必须根据电视服务提供商、驱动电视的广告和消费电视的观众来研究电视。”(p. 69)当然,付费电视、租赁和购买DVD以及互联网,使得我们有机会根据自己的时间选择观看最近新鲜产出的节目,也可以选择有些年头的电视连续剧和电影。DVD录像机和数字视频录像机(DVR)可以让我们在外出时录制我们最喜欢的节目,然后按快进键以便略过广告。这些设备改变了人们观看电视的方式——过去绝大多数处于被动的观众,现在成为了积极的用户(Bellamy & Walker, 1996)。观众可以控制以何种方式在何时观看何种内容。因为人们可以接触到形形色色或新或旧的节目,可以同时观看多个节目,还可以回避不想看的内容(例如广告),为此,部分广告商尝试适应并调整策略以确保其客户看到他们的产品。例如,基于观众缺乏足够的时间屏蔽太短的广告这一设想,现在时长15秒的广告越来越多。其他策略还有在广告中投入极其丰富的图像,并做快速剪辑处理,最新的策略则是在广告中突出节目中的演员,这种做法属于模拟“浏览”或“快速切换频道”的行为,观众在快速跳过广告时看到演员往往会停止快进,因为他们会认为这是即将播出的剧集中角色的行为。植入式广告(常见于电影)、商业广告和产品及节目融为一体已经屡见不鲜。因为可以免费在互联网上观看太多电视网节目和有线电视节目,2010年10月,无线电视台不再允许用户通过谷歌电视网络浏览器接触到完整的剧集。这意味着无论观众是在何处收看电视节目,无线电视公司都要求用户为其所看的内容付费。谷歌发言人说,“内容所有者最终选择限制用户访问其内容。”(Nakashima, 2010, p. D2)像全国广播公司(National Broadcasting Company, NBC)这样的无线电视网拥有自己的互联网站(NBC.com),节目在电视上播出后,用户可以在其网站上观看带有完整广告的程序。HBO.com和Showtime.com选择向非有线电视的订阅户提供访问节目的权利。

“电视”一词本意是在远处看。正如约书亚·梅罗维茨(Joshua Meyrowitz, 1985)提醒我们的,我们对媒体形象做出的反应,一如我们对亲眼所见之物的反应。例如,猝不及防的撞向世界贸易中心双子塔的两架飞机、挑战者号飞船的爆炸、日本海啸、宣告奥萨马·本·拉登在巴基斯坦被杀、波士顿马拉松爆炸和尼泊尔的地震,电视台痴迷于反复播出这类电视图像,引起了令人震惊的公众“直接”反应,与1963年11月22日肯尼迪总统被暗杀所引起的公众震惊、悲伤的直接反应何其相似。2011年4月29日,世界各地数十亿人通过电视,观看了威廉王子和凯特·米德尔顿在伦敦举行的婚礼。这些例子无

一是虚构的，但是，它们的的确是多种摄影技巧和剪辑决策“构造”(fictional)之后呈现于电视屏幕上的。

然而，海量的电视节目以及各种不同的观看电视的方式，并没有将我们塑造成更好的观众。具有更多的选择权，理论上存在将我们培养成辨别力更佳的观众的可能性。本书的出版，意在让你成为严肃的电视观众，亚历山大·尼赫马斯(Alexander Nehamas, 1990)在《大西洋季刊》(*The South Atlantic Quarterly*)上写道：“电视对严肃的观看行为投以丰厚的回报。”一个态度严肃、以批评眼光收看电视的观众，会敏锐地认识到批评所应用的理论和批评所持的标准，还会认识到电视是一项事业，一如才华横溢的专业电视人对待其业务那般认真。

图I.1列出了批评者应该考虑到的电视元素模型。



图I.1 批评者应该考虑到的电视元素模型

1934年6月19日，美国国会通过了FCC管理广播电视的法案。1996年的《电信法案》驱使FCC促进广播媒体的竞争和节目的多元化，还推进了向数字传输模式的转型。虽然FCC有众多管理职责，但其最具争议的职责是，在当地时间早上6点到晚上10点之间，也就是可能有儿童观众时，如果公共频道(和电波)中播出的节目违反道德标准，那么FCC会对之实施罚款。FCC可以吊销许可证并拒绝其续订申请。2004年，当珍妮特·杰克逊在超级杯半场演出期间出现“走光”事件后，FCC向哥伦比亚广播公司(Columbia Broadcasting System, CBS)开出了550 000美元的罚金，这一罚款被费城的第三美国巡回法院推翻了。自2006年以来，这项诉讼以及其他质疑FCC对于有伤风化的权威性的认定诉讼，导致FCC对大多数不雅节目行动迟缓，尽管委员会仍在继续审查和处理此类案件。不雅标准适用于无线电视公司的节目，但不适用于有线和卫星电视节目。

法律专家指出，《宪法》保护无线电波中的言论自由。FCC网站上的声明如下：“委员会不会对晚间10点至次日早上6点之间播出的不雅内容采取行动。据此，宪法保护成年人的言论自由权与保护儿童免受有害内容的伤害得以平衡[联邦通信委员会(2011.3.1)，2011年4月16日检索淫秽、下流和亵渎的监管规定所得，检索网址是<http://www.fcc.gov/eb/oip>]。

2015年2月26日，FCC通过了旨在“保护全国宽带网络中的自由表达和创新”的开放互联网规则(<https://www.fcc.gov/openinternet>)。新规则既适用于固定网络，也适用于移动宽带服务。有些服务提供商明确反对开放互联网规则，美国电话电报公司(AT&T)就是其中之一，但是在诉讼得到解决之前，该规则将一直有效。

创作者包括编剧、制片人、艺术总监、导演、客户、演员、编辑、摄影师、音响和音乐总监、动画师和特效员，他们开发**电视节目**，并产出最终成品。我们将在第2章“电视行业解密”和第3章“电视制作技术和风格”中探讨创作者的创造性工作，以及启动和制作一档电视节目的常见方式。制作者向**无线电视和有线电视的管理人员**推销其节目。无线电视和有线电视的管理人员是电视网和有线电视公司的管理员，无论是国家层面的还是地方层面的皆是如此。他们权势非常强，有权决定什么节目可以继续播出，新节目在哪一天什么时间段开始播出。**广告**支付电视频道的运营费用，观众**订阅费**则支持有线电视和卫星电视的节目发展。观众数量以百万计，以多种形式的评级来衡量，反过来，评级指标有可能确定一档节目的成功与否。第2章中对此有讨论。**互联网提供商**是由网络和多家公司赞助的众多网站，例如葫芦网。新的互联网节目制作方也向亚马逊等公司的高管们呈现自己的创意。**记者、电视批评者**为报纸、电台和互联网撰写评论。他们常常概述故事情节，讨论故事、视觉风格和表演的长处与不足。学理性的批评者利用批评理论和批评标准，为学术性观众著书立说。第1章“批评者的工作”讨论了新闻记者的评论和学术性评论的性质。这一章提供了方向性的引导，有助于你确定批评什么，以及以何种方式展开批评。

本书分为四个部分：第一部分介绍批评者的工作和电视业务。第二部分讨论电视的形式层面，包括电视风格，电视作为国家故事讲述者的立场，以及被称为电视类型的分类系统。第三部分将介绍电视批评的主要理论路径，包括修辞批评、**文化研究**、表征和后现代主义等。第四部分是批评应用，包括电视批评的指导方针，以及《生活大爆炸》的批评示例。本书的术语表中，列出了电视批评常用的专业词汇。

我以前教过的学生中有许多人投身到了电视专业领域工作，担任摄影助理、摄影师、编辑、编剧和制片人。他们在电视批评方面的学识积累，让他们的工作更胜一筹，因此，无论你是一位观众还是电视创作者，本书都会让你获益良多。

小 结

无论是通过电视机、电脑还是各种数码设备观看电视节目，我们仍然在看电视。现在能够看到的电视节目要比以往任何时候都要丰富。值得强调的是，无论我们是实时看电视节目还是经由录像设备或互联网，采用时移方式观看电视，我们仍然在看电视。新技术赋予我们更多的选择，决定何时、何地、以何种方式观看电视节目。此外，互联网为电视批评提供了有关节目的富有价值的信息。我们可以阅读到对创作者和演员的访

谈，浏览即将播出节目的情节概述，还可以观看我们错过的节目。拜互联网所赐，我们不仅可以与电视节目互动，而且可以与其他观众互动。从纯粹的电视消费者成长为电视批评者是值得赞赏的，本书有助于你成长为更出色的电视批评者。

阅读文献推荐

Curtain, Michael, Holt, Jennifer, & Sanson, Kevin.(Eds.).(2014). *Distribution Revolution: Conversations About the Digital Future of Film and Television*. Oakland: University of California Press.

Federal Communications Commission(FCC). Visit its website at <http://www.fcc.gov> for details of the FCC's responsibilities.

第一部分 批评定向

批评者的工作

哦，温柔的女士，别问我啊。因为你知道我对之持是批评态度的。

——伊阿古对苔丝狄蒙娜所言

[莎士比亚，《奥赛罗》，第2幕，场景1]

导 言

知道如何开展电视批评有什么优势？优势就是作为观众，不仅能对所看的电视节目做出明智的判断，而且能更好地了解你产生的反应以及其他人与你分享观看电视的种种反应。敏锐的批评能够将你从悠闲的电视节目享受者转变为对电视节目具有更全面更丰富的洞察力。缺乏批判性观看能力的观众，观看电视后其能体验到的反应无非是发笑、宽慰、害怕、震惊、紧张、放松或无聊。这些是人们在观看电视过程中可以获得的最基本的感觉，绝大多数情况下，不具有批评思维的观众仍然处于这个水平。具有批判意识可以让你对节目的理解上升到更高层次：说明制作技法，深化对文化、人性等的理解。

胸怀抱负地学习电视制作，有志于表演、写作、导演、编辑、制作和/或成为摄影师的读者，会发现电视批评的知识既必要又非常有益。电视批评是对节目内容、节目背景、架构、故事和人物性格、风格、类型和观众愿望的评价。这些概念是电视制作成功的基础。

批评目标

如一些批评著作按照既定标准，将批评作品分为虚构的与非虚构的做法相似，电视批评运用理论和方法来理解、分析、阐释和评估电视节目。作为一位批评者，你可以对电视节目的理解和鉴赏高于普通观众，同时也应该对自身所处的文化及各种权力有着更深刻的判断。你可以揭示电视节目的意义，在将批评见解传达给其他观众的时候，可以让他们产生新的感知。作为批评者，你是“促变者”(transformer)，能够在其他电视观众的思维中生成新的理解和新的意识。你对制作、撰稿、导演、摄影、音响、物品放置、服装和其他产品价值重要性的见解，可以让你直言优质电视节目审美享受所带来的愉悦，对于某些品质糟糕的电视节目，你也会给出其令人不愉快的具体原因。作为批评

者，你会投入到电视节目的基本架构、语境、时空处理、图像和语言的运用、类型惯例的固守和变异、叙事模式、人物性格发展，以及电视情景的逼真性讨论之中。你会重视不朽的神话、传说和人物类型的循环性，因为它们在虚构的和实景**真人秀**节目中反复再现。你还将探究社会和文化价值观、意识形态、可能性的意义、编码、社会性别、种族、性取向、年龄、职业和国籍的表征。作为批评者，你还必须明了电视业务的性质以及收看电视的观众，他们对节目的期望、愿望、投入程度和满意度。批评还要超越对节目本身的理解，追寻观念或理论对隐含之意产生了什么影响。

新闻性的电视批评

1946年，分别任职于《纽约时报》和《纽约先驱论坛报》的记者杰克·古尔德和约翰·罗斯比撰写了一些关于电视节目内容的评述文章，他们开启了新闻性电视批评的先河。从那时起到20世纪50年代，要想撰写批评文章，电视批评者必须等到播出时才能看到节目，因为那时电视都是直播的。电视节目采用胶片制作后，自《我爱露西》(*I Love Lucy*)开始，批评者可以预览节目，在节目播出之前就能在报纸的专栏中发表批评文章。那个时期批评者的评论具有显著的影响力，电视高管和制作人密切关注评论者对节目的评价，这种局面促进了专业电视批评重要性的发挥。然而，批评者交口赞誉的节目，公众往往不是很喜欢，比如《第一演播室》(*Studio One*)和《90分钟剧场》(*Playhouse 90*)，前者主要播放现代戏剧和改编自莎士比亚著作的节目，后者是一档选播原创性电视节目和部分改编的戏剧节目，公众似乎更喜欢经典情景剧，诸如杰基·格里森(Jackie Gleason)、阿特·卡尼(Art Carney)、奥德丽·米德斯(Audrey Meadows)和乔伊斯·伦道夫(Joyce Randolph)参演的《蜜月中人》(*The Honeymooners*)以及露西尔·鲍尔(Lucille Ball)和德西·阿纳兹(Desi Arnaz)参演的《我爱露西》。在随后的几年里，就对节目决策的影响而言，报刊上刊登的电视批评文章的重要性有所降低，尽管政府机构人员还会阅读行业出版物中的电视批评文章，不过其目的在于考察政府的政策可能引发的反应。

如今，报纸读者数量下降、收入匮乏，促使评论员另谋高就，或者委以评论员其他重任。因此，许多先前供职报纸的批评者转向网络继续其批评工作。前《纽约每日新闻》评论员、现任职于《今日美国》(*USA Today*)的大卫·比安库里(David Bianculli)，创立了值得一看电视网(<http://www.tvworthwatching.com>)，他将评论文章和博客张贴于此。有多位为该网站发展做出贡献的人士先前曾任报纸评论员，其中一些人现在会将长篇电视评论文章发布在该网站。该网站上还有一份其他网站的电视剧、节目片段和信息的列表。值得提及的另一个网站是Metacritic.com，其特色是根据标题列出电视节目并链接到相关电视评论文章。评论者以百分制给节目评级。观众也可以采用10分制在网站中输入他们的评分，例如，2015年的《权力的游戏》(*Game of Thrones*)，电视批评者给出

的分数是91分，观众的评分是8.9分。记者批评的形式总体而言变化不大，既有简单地列出当前在播的节目和播出时间，也有描述即将播出节目的各种花絮。但是，像《华盛顿邮报》的汤姆·谢尔士(Tom Shales)《今日美国》的罗伯特·比安科(Robert Bianco)《洛杉矶时报》(*Los Angeles Times*)的霍华德·罗森博格(Howard Rosenberg)《纽约客》的艾米丽·努斯鲍姆(Emily Nussbau)和《电视指南》(*TV Guide*)的马特·罗斯(Matt Roush)这些批评者，他们的评论探讨了电视节目的风格和品味。电视评论协会(Television Critics Association, TCA)表示，在美国和加拿大有200名记者全职为平面媒体和在线媒体撰写电视评论文章。TCA还给电视节目颁发奖项。TCA网站(<http://tvcritics.org>)的新闻稿中有一系列奖项的介绍，还有批评者评出的当前精品电视节目。该网站上所谓的最新述评，基本上是节目总结性评价和博客文章。《纽约时报》通过电子邮件向我发送每日剧情概述，如果我还没有观看过介绍的剧集，这些电子邮件就属于剧透了。其中“更新”后的电子邮件，时不时也会对表演及情节中的事件做出文化批评。

许多报纸现在依靠美联社(Associated Press)等通讯社提供评论稿件。詹姆斯·A. 布朗(James A. Brown)在《纽科姆电视百科全书》(*Newcomb's Encyclopedia of Television*)中解释说，新闻工作者的电视批评是出版人更大目标的一部分，那就是让报纸或杂志赢得更多的读者，其说法是：

重视相关性、清晰、简洁、原创和有吸引力的风格。电视专栏主要以娱乐公众而吸引读者，同时也告知读者整个系统是如何工作的……批评者作为引领者，提供评判所依据的标准以及事实数据，这样读者可以形成自己的结论。批评者的作用随着频道数量不断增加而凸显，观众陷入数十个有线电视和无线电视公司的频道之中，根据批评者提供的哪些频道值得观看，哪些频道应该回避的建议，可以保证观众最优地利用休闲时间观赏电视节目。(Brown in Newcomb, 1997, p. 1643)

布朗列出质量上乘的新闻性的电视批评标准，包括“敏感的、合理的判断，不仅强化知识，还揭示出对艺术、文化、技术、商业、法律、经济、伦理和社会的广泛研究，所有这一切的评论都融于犀利的写作风格之中，进而成为读者的意识”(Brown in Newcomb, 1997, pp. 1643-1644)。对于学术性的电视评论员而言，这些标准无甚问题，只是过于宽泛，并没有像学术批评那样提出具体的判断标准和方法。

批评立场

“批评”这个词往往具有负面的含义，因为我们经常视被批评者存在错误或不足。但是有人发现某物或某人的错误并指出后，其他人可能会说：“他太挑剔了。”如果你的父母不喜欢你的发型或着装方式，你可能会说：“不要总批评我。”我们看到《美国

之声》(*The Voice*)和《与明星共舞》的评委们对参赛者的评论,他们常常提醒参与者注意表演中值得称道的地方和存在不足的方面。

然而,当我们翻阅报纸、杂志或网站,寻找电视或电影批评者对电视节目/电影的评论,然后决定观看什么的时候,我们对批评的看法就有很大的不同了。在这种语境下,批评者一般评论的是电视节目或电影各层面的品质,如故事、表演、视觉、音响和特效。批评者可以称赞或严厉批评电视节目或电影,从而告诉读者什么是上乘之作和/或拙劣之作。我在当地报纸上为波兹曼电影节(Bozeman Film Festival)撰写电影评论有几年了,该电影节以展映独立电影和国际电影为特色。如果我认为某部电影品质过硬,我会敦促读者一定要去看。有时候电影观众不同意我的判断,会直接告诉我:“我不喜欢这部电影。影片太长,节奏太慢。”还有些人会向我表达谢意,因为我提醒他们有值得观看的电影,如果他们没阅读我的评论文章,他们很有可能不会及时看到佳作。这说明了两点:(1)批评是主观的,(2)批评可能具有说服力。

批评是主观的。批评中夹杂着我们的生活经历、信念、态度和价值观。因此,我们通过自己的感知过滤器来观察批评对象。感知是从我们的外在世界以及我们的内部世界提取信息的过程。每个人都有受多种因素影响的独一无二的感知领域,而我们在感知过程中,感知领域又塑造了我们的感知过滤器(O'Donnell & Kable, 1982)。我们的观念基于我们的价值观、信念、态度和经验。因此,作为批评者,你的观点中可能包括一些偏见和过去的经验。你可能很容易地选择一个节目的特定部分来评论。批评是主观的,批评也是局部的。因为电视上播出的大多数电视剧和喜剧有很多集,在互联网或通过录像机,你有可能看完整个播出季的内容,但是你不可能将整个播出季的所有剧集作为批评对象,除非你撰写的是博士学位论文或者关于某个电视剧的一部著作。一般是选择其中一集来评论。电视节目不是客观现实本身,不能用一种完全客观的方式进行探究或者证明。基于此,批评关注的重心不应是寻求一种正确的阐释,因为存在多种阐释的可能性。剧本中可能存在一种主导意义,但是不同的观众观看同样的剧本,可能会得出其他意义甚或是多重意义。我的学生中有很多人喜欢《单身汉》(*The Bachelor*),认为该节目魅力四射、充满悬念,而我则认为其庸俗又做作。有些学者也批评该节目的表征太“白人化”了,这是文化批评中的合法性问题。电视表演具有多种阐释空间。然而,基于合理原则,系统分析能力出众的批评者,不仅可能做出公正的评价,还会给出阐述清晰、极富启迪性的文章。读者阅读质量上乘的批评文章后,有可能增强鉴赏水平,更有可能被评论文章打动而去观看相应的节目。

批评可能具有说服力。电视批评者通常作为节目甚至是电视网的拥护者,会敦促观众收看节目。此外,电视批评者可能构建出令人信服的论点,并给出充足的理由和详实的证据支持其对节目的评价。批评不仅可以影响我们选择观看电视节目,更重要的是,它能改变我们的看法,使我们能够看到和听到更多的细节,预见某些时刻,思索一些问题,还能赏识特殊的品质。大多数修读影视批评课程的学生表示,学习这门课程的确提

高了他们的鉴赏水平，他们渴望谈论获得的见解。另一方面，这些学生的朋友，也就是那些没有修读影视批评方法课程的人，不太乐意与这些学生一起观看电视，因为在节目播出中，学生们往往高谈阔论，给出太多的阐释，令他们莫衷一是。

因为电视和互联网是世界上最重要的大众传播形式，对其传播的内容保持足够的敏感性和理解力非常重要。电视可以作为一面文化之镜，但是作为一个双面镜，电视不仅反映我们的文化，而且照亮并影响着我们如何看待自己和他人。观看电视方式的激增，以及有机会在电视上或在网络上根据收视偏好创建自己的电视节目流，这一切增强了观众个体的文化。观众对于节目的偏好也是一面文化之镜。可以运用多种手段追踪观众复杂的反应，因为观众无可避免地会将自身的文化偏好投射到所看节目的来源之中。

关于电视对观众的影响，社会科学研究人员已经做出了数百项的研究。电视批评者主要的关注点不是观众的行为和/或态度是否改变。作为电视节目内容非常重要的观察者，批评者可以帮助我们了解为什么电视会产生诸种影响。

涵化研究(Cultivation studies)声称，那些观看大量电视节目的人们往往把电视节目看做是对现实的准确反映。“冷酷世界症候群”(Mean World Syndrome)表明，他们认为世界的暴力情况可能比现实环境本身更糟糕，他们在电视中观看到暴力内容，会让他们害怕，没有安全感，更依赖于权威。研究人员对电视重度观众长期研究后得出的结论是“观看电视与感觉到世界是邪恶的、自私的、危险的、不平等的，这两者之间存在相关性”(Gerbner, Gross, Signorelli, Morgan, & Jackson-Beeck, 1979, p. 191)。电视批评者可能会指出，虽然有些电视节目中刻画了肢体暴力，尤其是像《权力的游戏》这种幻想剧以及《行尸走肉》这类“僵尸剧”，但是表现正义战胜邪恶的则是《海军罪案调查处》(*Naval Criminal Investigative Service, NCIS*)《海军罪案调查处：洛杉矶篇》(*NCIS: Los Angeles*)《犯罪现场调查》(*Crime Scene Investigation, CSI*)《犯罪心理》(*Criminal minds*)和《芝加哥警署》(*Chicago PD*)这些热播剧。

人们模仿电视节目中人物展示出来的时尚、身体形象和各种发型。批评者注意到节目与节目之间存在的模仿或在杂志和其他出版物中显现出的模仿。电视上表现出的对性别、种族、民族、年龄、性倾向和职业的微妙态度，或多或少会塑造观众对现实的认知，甚至可能会改变观众对现实的看法。作为批评者，可能观察到电视节目本身的变化。文化研究学者运用观众-反应研究模式，对观众做深度访谈，以确定电视节目是如何影响观众的(Morley, 1988)。电视情景喜剧，比如《黑人一家亲》(*Black-ish*)和《摩登家庭》(*Modern Family*)，在这些剧集中担任主角的是非裔美国人和同性恋者，观众更容易接受，问题是这些电视剧并没有切实解决一般公众在种族或同性恋问题中所经受的压力(Dow, 2001)。电视观众往往会观看与其生活和经历相似的电视节目，因此，电视批评者可能注意到这些节目的其他层面。例如，根据《考斯比一家》(*The Cosby Show*)的编剧约翰·马库斯的说法，比尔·考斯比坚持认为节目中的父母比他们的孩子更聪明，剧中人物的行为是真正的现实生活中的行为。观众因此会愉快地将考斯比认同为父母，而不

是认同其中的种族身份。因为观众**认同**(identification)电视人物是观众愉悦的关键所在，所以对有争议的问题持赞成还是反对态度，可能并非是最重要的。

批评与文化

电视节目反映了社会的价值观、规范和实践的不同部分，也反映了社会的时尚、利益和趋势。正因为如此，你对自身所属社会的认识和理解，让你可以洞察电视虚构的故事、报道的真实故事、真人秀节目(reality shows)和其他类型的节目生成的意义。这时候，你必须使用自己的解释资源推断社会关系和价值观构型。电视节目编排，无论是线性播出的传统电视还是网络电视，其结构、时间节奏和广告都适应于社会的结构和偏好，适应于商品和权力的分配格局，适应于社会行为的价值和动机，适应于社会的奖惩制度。其重点是**以节奏为中心的**，也就是说，我们所生活的时代是最重要的。当前节目中反映的文化规范、态度和价值观都形成于过去。例如，《古战场传奇》(*Outlander*)背景在18世纪，女主角克莱尔是从21世纪穿越到了过去。克莱尔是一个聪明、能干、身体健康的女人，各方面能力与其丈夫不分伯仲，对于观众而言，克莱尔身上体现了21世纪女性的理想品质(见图1.1)。虽然电视节目反映了国家的文化多元性，可能携带有多重意义，但是，一般来说，电视节目编排反映的是多数人的偏好，因为其广告需要吸引最大的目标受众。而网络电视不一定是这样，电视网(network television)的节目尤其如此，一般而言，有线电视和卫星电视节目有其专门的目标对象。可以说电视不仅反映文化，而且创造文化。正如大卫·马克(David Marc, 1995)指出的：

今天的文化产品是由少数几家公司制作和发行的，通过其多个部门和子公司，决定了社会所有成员消费的文化，从社会阶层的最高层到最底层，莫不如此……系统的成功取决于其能够说服公众合作创造出社会产品。(pp. 53, 56)

虽然无线电视网，如ABC、CBS、FOX和NBC竭力吸引18~49岁的观众，但是有线电视台，如音乐电视(MTV)、生活频道(Lifetime)、娱乐体育节目电视网(ESPN)、E1、美食频道(Food Network)、迪士尼(Disney)、发现频道(Discovery)、动物星球(Animal Planet)、历史频道(History Channel)、家庭购物网络(Home Shopping Network)、肥皂剧网络(SOAPnet)、幻想频道(Syfy)，这些专业频道吸引的是非常具体的兴趣，这就是所谓的“品牌形象”(brand identity)。例如，生活频道以精明强干的女性，以及她们恋爱关系的故事吸引成年女性，像《天桥骄子》(*Project Runway*)这样竞赛类真人秀节目，突出展示女性的时尚。喜剧中心吸引的是喜欢挖苦、讽刺、脱口秀和成人动画的观众。专业频道的繁荣表明，我们生活在一个个性化的文化时代，沃尔特·惠特曼将美国人的特色概括为“矛盾的人”。我们有很多选择，我们在不同的房间放着电视机，还可以在电脑、平板电

脑和智能手机上接收电视节目，每个家庭成员都可以根据个人兴趣观看选定的频道。

电视批评可以超越对电视节目或系列剧本身的描述和评价，达到更深层次的文化分析(cultural diagnosis)水平。这将在第6章和第7章中做详细的讨论。



图1.1 克莱尔是电视剧《古战场传奇》中一位穿越时空的旅行者，展现的是21世纪的女性在18世纪的遭遇

资料来源：© Starz

叙事和语境真实

有很多电视节目在虚构的故事中呈现真实的新闻事件。如此，借助呈现观众熟悉的、真实的故事这一策略，电视回应了现实生活中的戏剧性事件，在吸引观众兴趣的同时，又强化了节目的信誉。西弗吉尼亚州一煤矿爆炸导致29名矿工丧身三个月后，特纳电视网(Turner Network Television, TNT)的一档名为《都市侠盗》(*Leverage*)的节目，揭露了腐败和对犯罪者的惩罚。在一次致命的爆炸事故后，该节目团队的三男两女潜入到西弗吉尼亚州的一个矿井，播出的一集曝光了该煤矿的各种安全违规行为。一个月后，《都市侠盗》另一集中，整个团队都以医药公司总裁马首是瞻。这位总裁希望将一种有毒药物改头换面后再次发售出去，然而这种毒药足以让成千上万的人丧命。这个故事反映的是新闻报道中对许多减肥药黑幕的揭露，有好几个人曾因服用了减肥药而命丧黄泉后，制药公司才召回了这些有害药物。广受好评的电视剧《傲骨贤妻》影射了近期多起丑闻，这些丑闻涉及著名的已婚人士，还有民选官员的嫖娼行为。《新闻编辑室》(*The Newsroom*)是HBO于2015年播放结束的一部系列剧，反映了电视新闻编辑室里的工作人员是如何准备报道波士顿马拉松爆炸案、非法发布政府的机密材料，以及大学校园内发

生的强奸等事件的(见图1.2)。关于白宫爱情和政治的电视剧《丑闻》(*Scandal*),提到了枪支控制、校园枪杀案、特勤局招妓问题,还提到了安妮塔·希尔(Anita Hill, 1991年她曾出面指控大法官的性骚扰)和莫妮卡·莱温斯基(Monica Lewinsky)等女性。《硅谷黑历史》(*Silicon Valley*)里有一个情节,讲述了以男性为主的高科技产业中存在的性别歧视,这反映了近期现实中的新闻报道和案件。《法律与秩序》(*Law & Order*)是一部很受欢迎的电视剧,在播出20季后于2010年停播,这部剧创造了“从头条新闻中撷取素材”的说法,就是在电视剧中引入一些熟悉的事件。雪城大学流行电视节目中心主任罗伯特·汤普森(Robert Thompson)说,反映新闻报道的这些故事“扣人心弦同时也令人不安,电视是我们文化中整个集体潜意识的一种方式”(路透社, 2001)。



图1.2 电视剧《新闻编辑室》里充斥着大量的关于波士顿马拉松爆炸案和大学生强奸案的报道

资料来源: © HBO

2015年4月27日, 纽约市帕里媒体中心举行的电视研讨会, 采访了《国务卿夫人》(*Madam Secretary*)的演员和执行制片人。这次研讨会由华盛顿特区的著名记者鲍勃·希弗主持, 他也是《面对国家》(*Face the Nation*)这档节目的前主持人。他们讨论了本季的最后一集《死亡名单》, 核心事件是美国和伊朗两国签订限制伊朗核武器的条约(见图1.3)。希弗对这部剧的真实性赞誉有加, 他说: “此剧恰如其分地反映了事实。” 他问《国务卿夫人》的制片人: “你如何保持这部剧就如真实的新闻报道一样?” 该剧的联合创作者、执行制片人芭芭拉·霍尔(Barbara Hall)回答说: “我们密切关注时事, 预测了我们认为会发生的事情。我们的节目之所以能准确地展示现实所发生的, 是因为我和工作人员做了大量的研究。” (与《国务卿夫人》创作者及演职人员共聚一晚, 2015年4月27日, No. 1231243)



图1.3 《国务卿夫人》中，总统与伊朗签署了条约，而国务卿则与她的秘书助理在一起

资料来源：© CBS

《犯罪现场调查》(*CSI: Crime Scene Investigation*)以真实严谨的法医科学作为基础。因为小说中和现实生活中的犯罪现场调查员都是为州服务的且要出庭作证，他们必须基于科学程序提供确凿的证据。制片人杰瑞·布鲁克海默说：“在《犯罪现场调查》中，我告诉他们要使用正确的术语，即使观众不知道、不理解这些术语，他们也会了解到现实是怎样的。”(Stein, 2003, p. 71)《犯罪现场调查》的顾问团中，包括一位法医病理学家，还有一名前犯罪现场分析师以及科学研究人员。《网络犯罪调查》(*CSI: Cyber*)刻画了一名网络专家，负责调查与互联网相关的网络犯罪行为，诸如黑客、盗窃甚至谋杀。

2001年9月11日，恐怖分子劫持飞机袭击了纽约市世界贸易中心的双子塔、华盛顿特区的五角大楼，另有一架被劫持的联合航空93号航班坠毁在宾夕法尼亚州的谢克斯维尔。事件发生后，电视节目广泛地报道了该事件。《拯救我》(*Rescue Me*)是FX电视网夏季播出的系列剧，于2011年9月结束(现在FX频道还在播放)，该节目是对“9·11事件”中牺牲的消防员的追忆，故事充满悲伤。主角名叫汤米·加文(Tommy Gavin)，由丹尼斯·利瑞(Denis Leary)饰演，汤米在双子塔中失去了表妹和许多朋友。2010年播出季中，其中一位消防员角色身患严重的癌症，显然是因为他在世贸中心遗址的工作造成的。制片人兼编剧之一的雷利(Leary)在剧本中纳入了现实生活中从消防员处采访到的故事。其他连续剧，例如Showtime电视网的《国土安全》(*Homeland*)，都有关于外国打击恐怖分子的情节，而科幻电视剧则暗示了对恐怖主义的恐惧，以及关于离奇死亡和意外现象[《陨落星辰》(*Falling Skies*)]导致的末日后的求生情节。

当然，并非取自文化背景的所有情节都是悲惨或沉重的。喜剧中的幽默同样是从现实生活中汲取的。观看涉及家庭或工作场合的滑稽情景剧，我们在认识到自己不足的同时还能开怀一笑。明白剧中所处的背景时，我们对虚构喜剧的感同身受会更强烈，因为这样的故事就发生在真实的场景中。有时候，决定在实景环境中拍摄受制作策略的驱动。2004年3月3日，在《很棒，宝贝》(*Yes, Dear*)这部剧中，加利福尼亚州前州长格雷·戴维斯曾在洛杉矶湖人队篮球比赛的场景中亮相。主角的父亲由蒂姆·康威(Tim Conway)饰演，在球队老板的特殊包厢里，这位父亲与戴维斯展开了一场辩论，只不过辩词都是剧本里写好的。康威以玩笑形式批评了戴维斯对州预算的处理，还将一杯水泼到戴维斯的脸上。随后，戴维斯把康威从老板的包厢里赶出去后也来到比赛现场观众面前，在球场上观看比赛的观众并不知道有一台摄像机正在拍摄。《很棒，宝贝》的导演杰夫·迈耶(Jeff Meyer)在一次未公开的采访中说，选择在一场真正的比赛中拍摄，因为他们希望剧中有篮球比赛的现场观众(O'Donnell, 2004)。《很棒，宝贝》和大多数情景喜剧一样，一般都在现场观众面前拍摄，为的是增强演员的表演真实感。为了拍摄一场真正的篮球比赛，即使他们需要经历一系列复杂手续才能取得NBA和湖人队的许可，在制片方看来一切都是值得的。后来，当《很棒，宝贝》联合创作者兼执行制片人艾伦·柯申鲍姆在拍摄后回到座位上，他听到身旁观众对出去买饮料刚刚返回来的朋友说：“乔，你想不到吧，蒂姆·康威刚刚在球场追赶的那个人是前州长格雷·戴维斯。”乔回答他说：“绝不可能，老兄！”

批评类目和批评选择

前面提及的电视节目的叙事、汤普森的评论，以及节目背后的现实生活环境，仅仅是电视批评者应该仔细思量的几种类别。电视节目中有丰富的议题：文化价值观、合法性信息、法庭仪式、内心潜台词、有争议的话题、家庭观念、性别、种族、年龄、性取向和职业代表性以及意识形态霸权或主流文化信仰。每一类节目都有独特的风格、标志性的造型、总体表演效果、现实主义的布景和音乐主题。观众期望通过对各种议题的响应且设法解决这些议题，积极地参与到节目中来，从而获得信息、思考和感受。批评者可以选择这些类别中的一个或一些议题作为研究对象，使用理论和分析方法，以领会、理解和评估所观察的对象。

作为电视批评者，你与其他电视观众有何不同？分析电视节目时，你希望理解各种元素是如何发挥作用的以及创作者和制片人所做的种种选择。你会严肃地品鉴电视节目，评价其表达出来的思想、价值观和冲突，这可以让你及你的读者更深入透彻地了解我们的文化。你还可以对节目中似乎缺少的内容进行观察，但随后你需要指出可能的替代性的处理手法是什么。作为称职的批评者，你清楚观看相同节目，不同的观众汲取的意义是不同的。此外，你应超越节目本身，询问可能产生的思想或理论含义。最后，你

将以他人可以理解的方式，传达批判性的观察结果，从而丰富他们的认知。这些重要的观察是基于你有见识的判断。学术背景有别的电视批评者在电视批评理论和方法层面，很可能见仁见智，未必能达成一致，但是正如霍勒斯·纽科姆(Horace Newcomb, 2000)在第6版的《电视：批评视角》中指出的，他们的作品是

真诚地尝试认识和了解社会生活如何能够以最佳方式被所有公民学习、理解和运用。因为现今的社会生活依赖大众媒体，依赖流行的表达和娱乐形式，依赖新技术提供的广泛信息。(p. 6)

为了开展电视批评，你必须(1)选择拟将批评的电视节目，(2)投入地观看节目且保持警觉，(3)在观看节目时确定要问的一些问题，(4)选择或形成解答所提问题的方法。因此，作为电视批评者，需要花费精力的是：通过**批评方法**，**理解**电视节目制作从脚本到表演的各种元素，**分析**各种元素如何构造成一档节目；**解释**由于文化差异所呈现出的各种各样的含义，以及不同的观众观看同一档节目可能得出的多重意义；**评价**电视节目的品质；最后，将评价**传达**给受众。

后面的章节介绍了分析可能运用到的一些理论和方法，帮助你确定需要提出的问题，以及构成一档电视节目的必要信息。同样重要的是要清楚电视制作和发行是一个依赖利润的行业。关于电视分析和批评的关键方法以及电视业务层面的知识，将在第2章中讨论，具备了分析和批评的必要知识，能够让你更合理地评价自己的观点。

熟悉的、不熟悉的节目类型

卫星发射器、数字硬盘录像机(DVR)、有线电视和数字系统、高清电视、3D电视、互联网电视和各种数字设备等技术日新月异的发展，使观众可以下载节目，不同媒体之间相互关系的发展，赋予观众以空前的选择机会，同时拓展了观众对世界及各地区民众的认知。今天的电视让我们能够观看来自不熟悉的社区和国家的节目，有时甚至是用其他语言表达的节目，我们耳闻目睹了以不同的叙事形式和文化规范表述的节目，而不是我们自己文化规范下的节目样态。接触各种电视节目的机会增多以及技术赋予的诸多选择，使我们可以比较熟悉的与不熟悉的电视节目的异同，这需要我们储备好相关的电视节目的知识。掌握一些批评方法，一方面可以进一步熟悉节目样态，另一方面还让我们有能力鉴赏不熟悉的节目(见图1.4)。同样重要的是要认识到，就全球而言，美国电视机构在电视产业中占据主导地位，美国电视节目在全球范围内越来越流行。在参观伦敦的泰特美术馆时，我注意到问讯处的那位女士，她电脑上的屏保图片是乔治·克鲁尼的照片。她告诉我，《急诊室的故事》是她最喜欢的电视剧，该剧在电视中播出了15季，现在只能在辛迪加组织(syndication)、NBC.com、DVD机、亚马逊网和谷歌市场(Google

Play)中看到。很多时候,美国的节目被其他国家当作模式而加以采用。几年前,我和丈夫入住了米兰的一家小旅馆。前台接待员正在观看意大利版的《约会游戏》(*The Dating Game*),节目中的男男女女就约会相关问题询问好几位候选人,然后再决定是否开始约会。除了语言差异,意大利版的《约会游戏》与美国版的几乎完全相同。当然,这两档节目都很受欢迎。美国版本《巡回鉴宝》(*Antiques Roadshow*)《我欲为人》(*Being Human*)《小镇疑云》(*Broadchurch*)《与明星共舞》《无耻之徒》(*Shameless*)《纸牌屋》(*House of Cards*)这些节目都是美国原创的。《处女情缘》(*Jane the Virgin*)改编自委内瑞拉的一部电视连续剧。

本章始于这一理念:批判的敏锐性可以让你更全面、更丰富地欣赏电视节目,同时能够更好地理解观众对节目的反应。本书每一章的设计都旨在帮助你成为一名批评者:既知道如何评价电视节目,还能够构建出有说服力的论据来支持自己做出的评价。开始时,你可能会提一些非常基本的问题,比如,“该如何选择一档电视节目来批评?”和“我如何知道该运用什么方法来批评这一节目?”因此,我们来探讨一些基本的、批评向度(critical orientation)的概念。



图1.4 《大自然》(*Nature*)类的节目让我们见识到遥远国家的野生动物

资料来源: © PBS

批评向度

首先,完全可以选择你最喜欢的电视节目来批评。你对节目越熟悉,提出批评问题就越容易,你的批评有助于你更清楚喜欢该节目的原因。举例来说,我喜欢《傲骨贤妻》,常常是出于纯粹享受而非批评研究观看该剧。如果我要对《傲骨贤妻》展开批评,工作相对比较容易,因为我熟悉这一节目的形式和风格,我知道大多数人物的姓名

以及这些人物的虚构历史。我阅读过与此节目相关的文章，我还观看过(网络版的)电视艺术与科学学院举办的研讨会，在研讨会中，该剧的演员们和编剧、制作人一起讨论了剧中的角色、情节和制作问题(“An Evening With *The Good Wife*”，2011)。

其次，你可以选择一档电视节目来研究你感兴趣的议题。《傲骨贤妻》让我最感兴趣的是剧中坚强的职业女性(见图1.5)。和男性律师一起工作的每个女性都有不同的、复杂的个性。通常该剧的每一集中都有一个庭审案例，我喜欢女律师发现证据、盘问证人、与法官互动的方式。也许还有一些你想参与讨论的议题，关于这档节目，你可以选择与法律、医学、犯罪、儿童、青少年、现实性、音乐、舞蹈、科学、动物、体育或政治相关的问题。也许你对电视如何呈现疾病或环境的信息兴趣浓厚。你可能希望观察电视是如何刻画某些职业的或者电视是如何呈现性别、性取向、年龄、种族、民族或专业的。也许你希望比较不同的电视网或不同的主持人陈述/播报新闻的方式，或许你希望追溯作为新闻报道形式和呈现方式基础的种种人类价值。你可能希望探究电视体育节目的报道范围或者名人在脱口秀节目中的作用。你可能对特定类型或流派的电视节目特别感兴趣，可能是情景喜剧、迷你剧，也有可能是基于真实的电视节目。

第三，你可能想尝试一种方法的应用，以便了解该方法的实际运用效果。你可以探究叙事的形式和结构，研究类型的惯例，寻找各种电视符码的推定性的意义，研究“家庭”和家庭价值观的特点，寻找后现代现象的证据，和/或观察并评价电视节目的“样貌”和风格。后面章节介绍了观察、分析和评价电视节目的方法。第9章将之前的内容整合到一组综合的批评性问题之中，从中你可以选择合适的问题来询问电视节目。第10章是对《生活大爆炸》的示例性分析，我们阐述的大多数批评理论，在这一集的分析中都有用武之地。



图1.5 《傲骨贤妻》中的艾丽西亚与其搭档芬恩在案件中胜诉

资料来源：© CBS

第四，你可能对电视节目的制作感兴趣。电视节目是创作者、执行制片人、制片人、撰稿人、导演、演员、布景设计师、服装设计、音乐总监、视觉和音响编辑、摄影师等工作人员努力工作的结果，工作人员可能属于也可能不属于独立的制作公司。你可以在节目的网站上获得大量的信息。通常你可以访问角色背后的故事和对演员、制片人和其他工作人员的访谈。第2章标题是电视行业解密，主要探讨的是电视行业的创造性工作以及电视节目的制作方式。

小 结

批评是一种明确的判断，即批评者理解、评价并向他人传达批评对象是什么、批评对象如何以及为什么被认为是有品质的。批评结果可以是说明性的、启发性的，还能提高他人的鉴赏水平。电视批评可以使人们对电视节目的反应更全面、更丰富。电视在社会中无处不在，因此对电视展开合理的批评非常重要。电视批评者不仅能加深对制作过程、美学和流派标准的理解，还能深入洞察文化背景以及节目叙事和行动中固有的文化规范。

无论你选择的是一档电视台播出的节目，或来自网站的节目，还是互联网上流媒体播放的节目；无论你选择的是一档全新的节目，还是一档有些年头的节目，你选择的电视节目要有益于对所提问题作出解答。电视批评者选择拟将批评的节目，以警醒的状态观看节目，确定要提出的种种问题，选择或形成一种方法来回答提出的问题。随后再将所做的分析和评价传达给受众。

电视批评是主观的，因为是通过批评者的感知滤镜对节目做出的阐释。电视批评也有说服力，因为它可以改变观众的观念。

电视制作和发行是一项依赖于广告、订阅费、付费以及观众支持的业务。电视制作形成了一种“样态”，即强化叙事艺术的视觉风格。对种族、性别、性取向、年龄和职业的主流表征，反映了社会的变化和新的规范。虚构性作品的叙事和非虚构的电视节目强化了文化价值观。电视节目及其播出时间段的安排受到类型的约束。作为一名电视批评者，这些方面都应该了如指掌，本书的每一部分都有对相应问题的探讨。

拓展训练

1. 作为电视批评者，你是如何理解应成为一个“促使变化的人”的？
2. 阅读在线版的电视评论文章，或《纽约时报》《洛杉矶时报》《今日美国》等主要报纸上的电视评论文章，或者访问<http://www.tvcritics.org>并找到评论员的名单。记者撰写的评论文章让你了解到了什么内容？你认为该文章是客观的吗？你有没有被说服去看一档特别的节目？

3. 如何理解电视批评是主观的？如何理解电视批评具有说服力？
4. 你能够说出定期观看的带有品牌标识的电视网/台的名称吗？你对该品牌的看法如何？
5. 作为电视观众，你对节目的投入程度如何？你会弥合节目中存在的空白，还是会预测即将发生什么？

阅读文献推荐

美国电视档案。在<http://www.emmys.tv/foundation/archive>中，可以观看到对电视演员、制片人、编剧、演员和其他制作人员的半小时的访谈。也可以访问 <http://www.tvinterviewsarchive.blogspot.com>，该网站可以链接到最新的访谈。

Marc, David.(1995). *Bonfire of the Humanities: Television, Subliteracy, and Long-Term Memory*. Syracuse, NY: Syracuse University Press.

Nehamas, Alexander.(Winter 1990). Serious watching. *South Atlantic Quarterly*, 89(1), 157-180.