



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

城市化：中国电视的认识视角

时间：2005-6-17 15:27:08 来源：中国新闻研究中心 作者：郭五林 阅读691次

发稿：中国新闻研究中心

作者：郭五林

单位：宜宾学院中文系副教授

地址：四川宜宾市五粮液大道东段

邮编：644007

摘要：城市化是当代中国电视所处的宏大背景。城市化对电视的影响表现在画面景观、人物行动、思想认识、社会关系等各个层面。从人口学、地理学、社会等角度来看城市化，可以帮助我们更好地增进我们对当代电视的理解，提高电视制作水平。

关键词：电视；城市化

Urbanization: A Characteristic of Modern China TV

GUO Wulin

(Yibin University, Yibin, 644007)

Abstract: Urbanization is the great background of modern China TV which influences the China TV programs extensively on the scenes, the behaviours, the thinkings, the social relations, etc. It could make us understand the modern China TV easily and improve quickly.

Key words: TV; Urbanization

城市化(Urbanization, 一译都市化)是当代中国电视所处的宏大历史社会背景。1978年改革开放以来,中国进入了高速城市化发展时期,城市人口以每年上千万的速度增加,是27年来中国社会的一股浩荡潮流。数亿农民向市民转化,整体性地提高着物质生活水平和精神生活质量,是社会主义建设丰功伟绩的一个巨大成果。中国电视的蓬勃发展几乎与此同步。

更远一些看,从1958年诞生的中国电视就与中国的城市化具有相连同律的关系。城市化进程中的曲折波荡之期,也是中国电视的曲折波荡之期。由因这种历史渊源,所以我们可以从城市化的视角来观照当代中国电视的发展过程出现的一些普遍现象和问题,从而帮助我们深刻认识电视规律,提高电视制作水平,真正让电视这个强势媒体在传播先进文化方面做出更大贡献。脱离城市化这个宏大背景来研究电视,是很难做到实事求是的,将跨国文化简单移植过来研究中国电视,是中国电视理论研究长期滞后于电视实践的一个重要原因,我们不能将中国电视实践放到国外电视理论框架中来研究,而必须对中国电视进行本土化研究。脱离当代中国社会实际来研究电视对中国电视实践是劳而无功的。

- 收视率视野中的黄金周
- 制片人制的反动
- 有感于DV的“猎奇”
- 2005中国卫视品牌战
- 中国广播电视体制的探索
- 浅析收视率的缺陷
- 电视收视率靠什么
- 电视分级是否可行?
- 广播听众收听倾向分析
- 电视传媒的时代性状问题
- DV: 要关注观众的耐心
- 网络电视商业化前景艰难
- 中国广播影视业的改革...
- 中国电视观众的体育意识
- 电视频道品牌的建立和...
- 凤凰的启示
- 战火烧“红”的电视品...
- 电视频道专业化的理性...

根据国际城市发展一般规律，人口的城市化水平与其工业化水平应当相互适应。以此标准衡量，2001年全国人口中城市占37.66%，全国GDP中第二产业占51.1%，我国城市化水平滞后15个百分点左右，如果每年城市化进展按一个百分点计算，我国城市化水平则落后世界平均水平15年左右。要使我国的城市化水平与工业发展水平相适应，那么在今后至少15年内，每年将有1300万农民进城变为城市居民。人是各种社会关系的总和，1300万人的社会关系可以说拉动中国社会关系的各个链条和节点，这种影响之大，怎么说都不过分。

农民转换为市民，不只是硬件的转换，即通过户口的置换使农民成为市民，更重要的是软件的更新即城市生活方式的培养和形成。关涉数量如此之多、时间如此之长、影响如此之深的一种现象，它对中国社会生活的影响是深刻而又广阔的，电视本身是城市生活方式的产物，而恰好处于城市化进程中的电视，在无限逼近于现实生活反映现实生活的过程中，城市化给中国电视提供了一个基础背景，影响了电视制作理念、播出方式、具体节目。

城市化为电视提供素材和题材，为电视节目情节发展和故事设置提供思路走向和逻辑导向，为理解电视节目人物思想心理、语言行为提供时代气息和社会氛围。历史文化残余（Historical Survival）于不经意中以内容或形式的全部或局部的形式反映出来，在拟态环境（Speudo Envirenment）中，重构艺术的真实性。

处于初期的城市化在两个方面突出地显示出来，一方面是内部市区的城市化，另一方面是外围市区的城市化。前者表现为随处可见的高楼、繁华热闹街道、稠密匆忙的人流。后者表现为城市对农村的侵入和演化。农村、农民、农业逐渐被城市、市民、工业或服务业所取代。电视在展现城市化的生活状态时，高度关注以异质性为主要特征的城市生活，它使用文字、声音、图像等符号形式，图文并茂地向生活于媒介神话与俗世生活的双重压力下的芸芸众生全幅生活图景：发达的生活、高度的社会化、明显的理性化、广泛的开放性、急剧的变迁。

中国电视节目正从人口学、地理学、社会学等多个角度反映当前中国轰轰烈烈的城市化进程。人口学意义上的城市化表现的是农村人口变成城市人口，即人口由农村向城市集中的过程。中国城乡二元对立由来已久，城市和农村中间隔着一条不可逾越“河”，隔断了城乡之间的交往，撕裂了城乡组合的家庭。越过农村和城市之间这条河，是世纪之交人们的心中的渴望，也是中国几千来农民潜藏的梦想。

上海大学戴元光教授认为，中国农民的城市化，可以分为“想做城里人而不得”或“暂时做稳了城里人”两种类型。前者在2005年5月中央电视台一套节目黄金强档电视剧《民工》中有深刻表现。后者在冯小刚的电影《手机》中通过严守一及其表侄女的先后从农村进入城市的生命历程得到印证。

多年来，电视新闻对于城乡之间的人口流动一直给予了高度关注。户口问题是中国社会面对的基本问题。“一对夫妇只生一个孩子”是中国长期的基本国策。凡是有关于户口方面的新闻电视总是进行迅速及时深入的报道，以回应观众的期待。而电视剧则在这方面做得表现得更为形象具体。《女子特警队》对因参军进入城市的农民耿菊花等在融入城市生活方式的所发生的摩擦与适应进行了表现。《大雪无痕》则显示了经过考大学进入城市的农民周密通过不断奋斗当上副市长后的成功与失败，《其实不想走》表达了从农村进入城市的大学生付出的沉重心理代价和得到的热情帮助。在这里，我发觉，我虽然高度关注中央电视台近几年播放的电视，但要例举一部具有较大影响力的反映高考或大学生就业的电视剧代表作还不容易，我也例举不出比较有影响力的反映失地农民生活的电视剧代表作。这一方面可能给我个人有限的视野有关，另一方面可能给电视剧的市场现状有关。古装剧占据了大半壁江山，现实剧确实生存空间有限。通过这样的分析，我们发现了电视剧空白处或薄弱点。希望能引起电视剧制作机构和制作者的注意。

农民转化为市民是一个较长时期的行动定势，由此也造成人们的心理定势，至少就当前来看，

这种趋势还没有逆转的可能性，农民与市民之间的流动是单身不可逆的也就是说，只有农民能转化为市民，市民不能转变为农民。年年上千万农民“进城”是中国城市化进程中一个宏大而独特的现象，这种趋势对于整个中国人的行动、心理、思想等的改变都将是重大而深远的。重庆电视台方言电视剧《山城棒棒军》显示的一群户口在农村，工作在城市的边缘群体的艰难生活。他们一直陷于“想做城里人而不得”的尴尬与痛苦之中。于此，我们也发现，那些生活在城市中的贫困老年群体的生活被电视在无意中忽略。正如戴元光说的那样，弱势群体正在成为中国电视中的弱势群体。

地理学意义上的城市化表现的是农村地域向城市地域的变化，即地域中城市性因素逐渐转化的过程和结果。城市地域主要为三种类型：一是城市内部具有商品流通功能的商业地域（商业区），二是具有生产加工能力的工业地域（工业区），三是具有生活居住功能的居住地域（生活区）。

城市地域为城市居民提供一种物质生活背景。作为电视背景的城市地域，其鳞次栉比的高楼、纵横交错的大街等，是区别于农村的枯藤老树昏鸦、小桥流水人家的典型场景。城市物质生活富裕具有明显的象征，那就是以城市为背景的电视节目，其画面中展示的商品的货币价值往往远远高于以农村为背景的电视节目。如城市住房通常是经过装修的楼房，而农村则多是砖墙瓦房；城市交通工具常见小轿车和公共汽车甚至飞机，而农村则主要是自行车或步行，亦或火车；城市居民的着装多是价格较高的时装，而农村则常见价格低廉的布衣。电视节目既满足了“做稳了城里人”的人群的虚荣心，也刺激了“想做城里人而不得”的农民的价值观上扬心理和地位攀升欲望。电视剧方面的哈韩热、哈日热、哈台热之所以在中国电视观众中盛行，很大程度上是因为这些国家和地区城市化水平相当高，画面中对城市的生活的绚丽展示，对观众心目中潜在的进城心理给予了深度满足。

而国产电视剧之所以能够刮起“豪华风”、“奢侈风”，大演“偶像剧”“言情剧”，泛滥“帝王戏”、“宫廷戏”，很大程度应当归因于观众潜在的物质欲望和心理欲望通过视听感受得以替代性满足。经验认为，城市化高度发达的国家如美国、韩国、日本的电视节目中，作为画面背景的物品数量和质量所体现的货币价值通常大大高于中国电视节目。有人这样评价国外电视说：“汽车和飞机是电视的亲戚”，其实岂止于此，宾馆、饭店、酒吧间、歌舞厅、豪华别墅等同样是当代电视的亲戚。这应当是解释国外电视能够赢得中国观众的一个重要原因。即使对于中国来说，以唯美著称的《大明宫词》，其具有的强烈视觉冲击力，也与其场面华贵特质有关，只有在物质集中的城市特别是首都，才有可能出现此种场景。虽然是古代的城市，在城市化特征的当代表现上，也丝毫不亚于当代题材的城市化特征。

而农村题材的电视节目，在其画面中展示的物品，其可怜的货币价值，则使其极难得到内心蠢蠢欲动的观众的青睐。在对于具有城市化倾向电视节目的给予特别关注的同时，农村题材的电视节目被有意无意地遗忘或跳过。2001年4月21日晚的电视剧飞天奖颁奖晚会上，著名电视人海霞就说：“观众看电视平均7秒钟就要换频道，而农村题材的电视平均3秒钟就要换频道”。电视节目中极少见纯粹农村题材的节目，而曾经引起过较强反响的农村电视节目《刘老根》等，也是反映的农村、农民在城市化过程中发生的变化。而最近赵本山导演的《马大帅》则是在城市里演绎农民在城市地域中城市化的艰难历程。而武侠电视剧则从另一个侧面反映了中国人在城市化进程中的复杂心态，自身的贫穷并伴与仇富心态。劫富济贫的情节设置，在很大程度上抒发了城市化进程中的艰辛，释放了走进城市中无尽的压力。

社会学意义上的城市化表现为城市与社会的相互作用，并于此其中讨人口集中、地域转化的深层社会原因。电视通过形象直观的手段，反映了城市人的行动、情感及心理。这是电视节目的社会意义之所在，也是我们研究的主要意义之所在。

城市人口众多带来的最直接的影响是因为生存与发展而展开的对有限资源的使用及分配。合作与竞争是城市生活的对立统一体。一方面，城市人需要互相合作，组成各种团体、组织，以获

得比个体更强的能力。这是城市生活的主流。以城市生活为背景的电视节目对于能够导致人与人之间合作的事件总是予以浓墨重彩地渲染。爱情是缔结婚姻、组织家庭、繁衍后代的重要基础，因而电视总是在不厌其烦地展示爱情。青春偶像剧、都市情感剧都以爱情作为其主要看点。亲情、友情也是个体得以与他人合作、增强个体应对社会变化能力的重要纽带，电视节目对此也给予了高度重视，浓墨重彩地渲染父子之情、母女之爱、兄弟情谊、江湖义气是电视节目的常见套路。

这种合作在城市社会中被推而广之，从形象生动的个体推演到抽象笼统的群体或组织。从个人情感、家庭关系出发，延及家族利益、国家关系，将个体合作演变为组织合作。电视新闻在这方面表现最为突出，很多时候头条新闻都是表现国家领导与外国元首之间的亲切接待、友好会见、精诚合作、共谋发展，与本国军民同心、鱼水情深的血肉联系。电视新闻对于人为灾难、事故所持的批评、否定态度表达了当代人对于不合作态度特别是对立态度的反对。造成巨大的人为灾难的非正义战争在电视中受到普遍谴责和反对。

但电视同样不回避竞争，可以说，合作与竞争从来就是相伴相依的。人与人的合作本身就是为了竞争。城市人口众多，而资源和利益不是平均分配，围绕对资源的利用和利益的获得，竞争日益激烈。而这种竞争恰好是电视戏剧情节的重要素材。电视节目充分发挥其声画文合一的符号优势，将城市社会竞争淋漓尽致地表现出来。电视在表现竞争时，一方面是表现人与人之间的竞争，小至个人、家庭，中至集体、组织，大至国家、民族、种族之间，都在为生存空间和发展空间而竞争。而这些竞争又从意识形态的对立、政治观点的不同、社会制度的差异、生活观念的分歧、具体行动的反差等多个层面表现出来。矛盾冲突的尖锐性和复杂性为电视节目的可视性奠定了良好的收视基础。

情场、商场、职场、战场，均是人与人之间竞争之地。对城市充满硝烟的战场和没有硝烟的战场的双重揭示，全面地展示了城市化进程中的复杂的社会关系状态。三角恋、多角恋不是故意为之，而是城市生活的某种必然，对爱情的争夺的背后是对更大的社会力量的争夺，对名门之秀、将门虎子的炙热的爱情更大意义是对其背后强大的社会关系的急切依赖。《红顶商人胡雪岩》、《大染坊》等商战电视剧不断掀起收视热潮。全面展示晋商辉煌历史和深厚商业文化的人文纪录片《晋商》得到了难得前所未有好评。《上海女性》、《白领丽人》等电视剧中女性对美貌的极力追求实质是职场争夺的一个缩影。而《这里的黎明静悄悄》、《突出重围》等则通过真实或虚拟的战争展示了人际冲突的最尖锐形式——战争的残酷或多变。

只有在城市化的电视节目占据电视的主要荧屏和时段后，才会有农村题材节目偶露峥嵘。四川电视台著名纪录片制作者王海兵的《藏北人家》等反映几乎没受过城市影响的农村、农民生活状态的纪录片之所以引人注目，就在于它为城市化特征明显的电视节目提供了一种难得的背景和参照。与全国各地轰轰烈烈的城市化相比，藏北人家在历史的变迁中依然故我，那山、那水、那人都只是在与时间发生着自然的变迁，而没有大江急流式的被卷入城市化的浪潮中。王海兵的节目成功之处不在于城市化，而在于反城市化。“那人却在灯火阑珊处”的孤独、清冷与城市的繁华、喧嚣形成强烈的对比，产生强烈的审美效果。从反面对中国宏大的城市化进程进行映衬，起到了相辅相成的效果。

另一方面，人与自然的竞争在当代电视中也有深刻的表现。城市社会人类生产生活活动，与自然不一定完全谐调同步，自然的失衡很大程度是因为人类的活动而引起的。人与自然之间的抗争与调和，是人类发展过程中面临的重大问题。抗洪、治病、防灾等，在展示人类伟力的同时，一定程度上也反映了人类的认识局限。电视新闻对中国百万军民1998年抗洪、2002年防非典、2004年捐助东南亚海啸灾区，都予以真实及时地报道。而随之而来的电视文艺节目趁热打铁，从典型化的高度对此题材进行了艺术演绎。

如果说人口学、地理学意义上的城市化是当代人类所认同的话，那么社会学意义上的城市化则是人们见不得离不得的社会趋势。在人口学、地理学意义上的城市化进程中，居民获得的主要

是城市的方便之处；而社会学意义上的城市化，居民感受到的则更多是心理上的伤痛。如果我们想要对此进行证明的话，那些见缝插针的广告则可以为我们提供方便的检验机会。

市民对于具有鲜明城市化倾向的电视节目的观看，其主要意义是于电视镜像中观照自身，定位自己的生存状态。当然也可以从中获得必要的信息，为自己与他人和社会的谐调打下基础。值得关注的是，不少外国专家学者都已经注意到了中国数亿农民经常长时间的坐在家中的电视机前，目不转睛地观看着似乎与他们毫不相干的城市生活。其实，他们未必了解中国的农民心里外怎么想的。如果说中国要在2020年左右使城市化水平达到60%的话，也就是说在最近15年将约有2亿人迁移进城市居住的话，谁又能保证这2亿人中没有他或他的家人呢？谁又敢肯定在这些农民生前他们不会居住到城市里呢？所以，中国农民通过电视节目对城市化的关注，是对他们梦想的关注，是对他们未来的关注，是对他们周边环境的关注。

对于当代电视中的城市化倾向，传播者、观众、管理者、研究者对此都应有清晰的认识，并找出行之有效的应对措施。对于传播者来说，当前在选择题材的时候，一定要注意到这个宏大的社会背景和普遍的社会心理，否则，电视节目就有可能在空洞的理论教条的指导下，制作出大量叫好不叫座的节目。作为电视观众来说，他们需要电视就城市化过程中发生的方方面面的情况，通过新闻、文艺、信息节目等加以表现。管理者可以根据观众的这种接受要求，对电视节目的分布进行检查，既要突出重点，更要找准弱点和空白点，从而指导电视节目的制作。研究者可以更深入地探讨如何在切合政策实际、电视实际、观众实际的情况下，电视节目的生产、制作、批评等问题。

城市化是一个对当代中国电视影响深远的话题，我在这里只是浮光掠影的谈一些个人的粗浅看法，更深入的研究还需要同行专家、学者们进一步的努力，本文权做引玉之说。

文章管理: [mycddc](#) (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: [电视](#)

- [电视画面的影调语言 \(2007-10-1\)](#)
- [电视节目的本土化思维 \(2007-10-1\)](#)
- [电视剧<花开有声>观后 \(2007-8-10\)](#)
- [建设社区电视频道的实践与思考 \(2007-7-18\)](#)
- [电视剧市场交易模式回顾与展望 \(2007-7-18\)](#)

[>>更多](#)

← 城市化: 中国电视的认识视角 会员评论[共 0 篇] →

← 我要评论 →

会员名

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.