

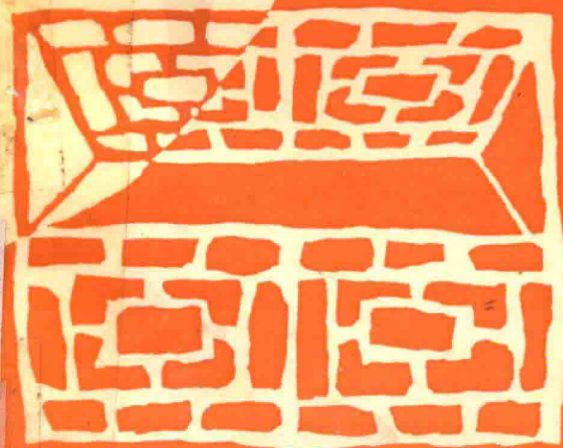


青岛文库

陈昌本

文艺创作论集

CHEN CHANG BEN WEN YI CHUANG
ZUO LUN JI



青岛出版社

陈昌本文艺创作论集

CHEN CHANG BEN WEN YI
CHUANG ZUO LUN JI



青岛出版社

鲁新登字 08 号

责任编辑 王永乐

封面设计 薛 强

陈昌本文艺创作论集

*

青 岛 出 版 社 出 版

(青岛市徐州路 77 号)

邮政编码:266071

新华书店北京发行所发行

青 岛 新 华 印 刷 厂 照 排

山东临朐印刷厂印刷

*

1993 年 9 月第 1 版 1993 年 12 月第 1 次印刷

32 开(850×1168 毫米) 12.375 印张 2 插页 306 千字

印数 1—2110

ISBN 7-5436-1040-X/I · 133

定价: 8.80 元

自序

我不是文艺理论家。

在染上写小说的嗜好后，自己给自己立了一条规矩：只写小说，不写评论。自己的作品，留待旁人评说；别人的作品，不妄加评述。

但是，我没有守住这条规矩。

为什么？

1984年，我被调到北京广播电视局当副局长，接着兼任了北京电视台的台长。北京电视台是全国省市电视台中最后办起来的，当时正处在创业阶段。借了市成人教育局的几间办公室办公，借了宣武门一家饭店的顶楼作发射台。自然，电视节目的创作播出，也处于草创阶段。编辑记者刚从各个部门转来，拍新闻、摄专题、组织晚会、搞现场直播，都在摸索规律、探索经验。同志们干劲十足，探索成功了，高兴得蹦蹦儿；探索中跌了跤，爬起来再干。就凭着一股子创业精神，在机器设备十分简陋的条件下，创作出了不少好节目。

我这个新上任的台长，也是初涉电视行当，不懂电视艺术规律，起初，埋着头和同志们一起闯，拍新闻、修改专题稿、组织文艺晚会，摸出点门道以后，才觉得不应该只是傻干，应该不断总结经验教训，防止走弯路！

从这时，我开始对照过去学的新闻理论和文艺理论，琢磨电视艺术的特殊规律，思谋出一点心得，就在每周一次的编前会上讲一

通,讲节目成功的经验,也讲节目不成功的教训。讲了几次,同志们觉得有些收获,鼓励我把讲的东西写出来,作为电视业务学习材料。当时,电视艺术理论书籍出版的很少,业务学习连教材也找不到。为了和编辑记者们一起认识电视艺术的特殊规律,我暗暗下了决心:不管工作多么忙乱,要动笔写!

我先从做电视宣传工作迫切需要掌握的电视艺术的特点入手,总结了电视节目不同于其它文化宣传手段的四个基本特色,写成了4篇文章。接着,下口啃电视台最重要的节目——电视新闻拍摄的特殊规律。动手试了试,觉得亲自经历的经验不足,写不深刻,于是,拉上了有二十多年电视新闻和专题创作经验的老记者邓勤同志,以她为主,合作写成了4篇论述新闻拍摄的文章。后来,搞专题的同志们说,观众喜爱电视专题节目,可专题节目的拍摄难度大,不少编辑记者写不好电视专题的解说词。我也觉得解说词的水平不高,严重影响着电视节目的质量。于是,又与邓勤同志合作,钻研电视专题片的创作规律,研讨解说词的写作特点,又是以她为主,结合亲身创作实践,写出了4篇文章。

这12篇文章,都是总结经验教训的,自然带有评论性,不用说,自己定下的不写评论文章的规矩,自己破了。没法子,工作逼出来的!

写总结电视剧创作经验的文章,也是工作逼出来的。

我当电视台的台长,正是几部日本和香港的电视连续剧引起社会轰动效应的时候,当时,我国电视界也推出了几部很不错的电视连续剧,但是,没有赶上那几部海外片的轰动程度。1985年春节,我台北京电视艺术中心拍摄的28集连续剧《四世同堂》试播,直到现在,我还记得当时在发射台的机房里,用播一寸带的大机器,提心吊胆地试播《四世同堂》的情形。记得刚刚试播到第八集,观众的反馈信件铺天盖地涌来了。许多来信反映:这部电视剧雅俗共赏,老少皆宜,遗憾的是春节期间节目多,没有看到头几集!那时

候排节目还不那么正规，我这个台长来劲了，当即拍板：重播，从头重播！让观众再从头看一遍。真邪了，重播，不管看过的，还是没有看过的，仍旧津津有味地看！都说这部戏神了，耐看！出现了报上说的四世同堂看《四世同堂》的热闹局面，形成了空前的电视剧欣赏热潮和巨大的社会轰动效应。

《四世同堂》为什么引起如此强烈的社会轰动效应？它是用什么魅力吸引住观众的？这个严肃的问题，引起了我的深思。我想，电视节目，是办给老百姓看的，让观众爱看，是电视工作者的崇高职责，应该把《四世同堂》创作的成功经验总结好，变成北京电视台和北京电视艺术中心的一笔财富！

我从这时候起，着手研究电视剧的创作和欣赏规律。自然，又是边工作，边研究总结。这个时期，北京电视艺术中心拍了《凯旋在子夜》、《便衣警察》、《钟鼓楼》、《刘少奇三部曲》、《李大钊》、《狂潮》、《犟种》、《好男好女》等一批电视连续剧，我在拍摄前，总要读剧本，和创作人员一起润色修改，播出后，又与创作人员一道，总结经验教训。通过实践，对电视剧创作规律的认识逐渐深化，写的文章也越来越多。在四年时间里，写出了论述电视剧创作的系列文章 16 篇，连同论述电视新闻和专题创作的 12 篇，共计 28 篇，在《新闻与写作》杂志上连载了三年时间。这本杂志发行量在十万份以上，读者对象多是初学新闻和文艺写作的青年，这些文章，因为是从总结创作经验入手升华出来的理论思想，内容比较实在，所以，受到了喜爱电视艺术创作的青年们的欢迎，有的电视台，把它当作培训编辑记者的教材，当时，很是热闹了一阵，好多人来信，希望能汇集成册，《新闻与写作》杂志的编辑们也极为热心，帮我联系出版单位，但是，当时武打言情小说红火得发烫，这类总结创作经验的文字，不很吃香，虽然起了个《电视艺术诱人之谜》的好听的名字，也不济事，拖拖拉拉一年多，才最终找到愿意出这本书的出版社，排成了铅字，但时过境迁，这期间，已经出版了一批系统研究电

视艺术的大作，我这些从实践中总结出来的“土经验”，早显得过时了。

在写这组系列文章的同时，还写了一些对某一部电视作品发表看法的文章，多属“遵命之作”。如，1988年底，我编辑撰稿的《访美纪行》播出后，社会反映不错，报刊约我写创作体会，我写了。我担负编审任务的《同心曲》在北京播出后，引起了强烈反响，市里要编《同心曲》创作经验汇集，让我写体会，我也写了。50集室内剧《渴望》播出，引起了社会轰动效应，因为我是故事策划者之一，引来了不少记者。其实，《渴望》的创作和拍摄经验，观众和评论家写的文章已经论述得极为透彻，我再发议论，只能是画蛇添足，所以，另辟途径，拾遗补阙，从室内剧创作特点的角度，讲了一番话，这就是《求实》杂志发表的《〈渴望〉在摸索一条新路》和《文艺报》发表的《创造中国自己的室内电视连续剧》。

干了五年多电视工作，留下了长长短短40篇文章，回过头来看这些东西，不少篇目写得粗糙、浅薄，但是，我很珍爱这40篇作品，因为，它录下了我钻研电视艺术的艰辛历程，写下了我从事电视艺术工作的经验教训，也记下了我、邓勤和北京电视台、电视艺术中心的同志们为发展我们的电视事业如醉如痴的赤诚之心！

我到国务院文化部担任副部长工作后，工作条件使我无力再研讨电视艺术了，我的新工作是抓艺术和艺术教育，自然，文艺研究的重点也要向这些方面转移。两年多来，我努力钻进戏剧艺术的新天地里，研究戏剧剧本、看戏，摸索戏剧创作规律，探索艺术教育特点。参加戏曲导演艺术研讨会，我细心琢磨戏曲导演特点，写了《时代呼唤戏曲导演和导演学》；参加歌剧汇演，我精心研究参演的每一部戏，写了《歌剧创作一些问题的思考》；参加纪念徽班进京二百周年活动，我努力学习京剧发展史，研究京剧艺术特色，写了《关于京剧艺术的继承与创新》；参加美术创作研讨会，我虚心向美术家们学习，写了《关于美术教学和美术创作的思考》。参加一场活

动,学习一门新的艺术知识,总结一点心得体会。在这两年多时间里,我看了约三百部戏,写下了学习研究歌剧、京剧、地方戏曲、民族舞蹈多种艺术门类的体会文章,这一方面是为了充实自己,一方面是为了做好工作。我深深感到,我们的民族艺术和艺术教育,是一个博大精深的宝库,要熟悉这个宝库,跨进这个宝库的门坎,是十分艰难的,但是,我要不遗余力地去学习、去攀登!这个集子的第二篇《戏剧艺术论》和第三篇《艺术教育论》所收的文章,就是我两年多来学习、探索的心得,因为学得浅,文章的思想艺术水平不会高,如果能对读者研究民族艺术起一点启发作用,我也就心满意足了。

再次感谢青岛出版社的同志们将我这些很不成熟的文章汇编成册,编进高水平的《琴岛文库》丛书,也希望读者能够喜欢这些短文。不少读者给我写信,希望我多谈谈参加《渴望》、《同心曲》、《访美纪行》创作的体会,我想,这个集子可以算是我的一份答卷。它有个优点,记录的是我从不了解艺术创作规律到逐步了解与掌握它的过程,当时怎样认识,就怎样写,成集时也没有再作修改润色,读者如果细细品味,可以品出一丝从实践到理论的认识过程中出现的可贵的稚气、灵气和土腥气,也可以体味出一点“实践出真知”的哲学道理!

陈昌本

1993年3月

目 录

自 序.....	陈昌本(1)
----------	--------

第一篇 电视艺术论

接近观众——电视节目得天独厚的优势.....	(1)
综合手段——电视节目新颖独特的素质.....	(6)
连续系列——电视节目引人入胜的特点	(11)
敏捷逼真——电视节目先声夺人的潜力	(17)
电视新闻现场形象性特点初探	(23)
电视新闻同步时效性特点初探	(30)
电视新闻摄录真实性特点初探	(37)
电视新闻广延共赏性特点初探	(46)
电视解说词是怎样创作出来的?	(54)
电视解说词是怎样配合画面深化内容的?	(62)
电视解说词是怎样加强画面艺术效果的?	(72)
电视解说词是怎样起结构连接作用的?	(81)
电视剧不是电视新闻报道	(89)
电视剧与戏剧有血缘关系吗?	(96)
电视剧与电影有血缘关系吗?	(103)
电视剧创作的来龙去脉.....	(111)
生活——电视剧作的根基.....	(120)
主题深度——电视剧作的灵魂.....	(128)

人物形象——电视剧作的主体(上)·····	(135)
人物形象——电视剧作的主体(下)·····	(142)
情节和情节主线·····	(149)
情境和矛盾冲突·····	(155)
结构和悬念·····	(161)
电视剧中的叙述语言·····	(169)
电视剧中的人物语言·····	(176)
小说改编电视剧的奥秘(上)·····	(183)
小说改编电视剧的奥秘(下)·····	(189)
戏剧改编电视剧的讲究·····	(195)
两次连续剧欣赏热潮引起的思考·····	(201)
近些,近些,再近些!·····	(208)
连续剧《包公》为什么感人?·····	(210)
在《蔷薇海峡》的漩涡里·····	(213)
难得的突破·····	(215)
从宣传《四世同堂》想到的·····	(217)
《四世同堂》成功的幕后功臣·····	(221)
电视连续剧《狂潮》的可贵突破·····	(224)
写在《访美纪行》播放之时·····	(227)
《同心曲》创作思考·····	(231)
《渴望》在摸索一条新路·····	(238)

第二篇 戏剧艺术论

时代呼唤戏曲导演和导演学·····	(242)
歌剧创作一些问题的思考·····	(252)
关于京剧艺术的继承与创新·····	(264)
思想·技巧·生活·····	(278)
学习毛泽东文艺思想 繁荣社会主义文艺创作·····	(284)

增强精品意识 抓好舞台创作·····	(288)
理论·实践·继承·创新·····	(302)
——在郭汉城学术成就研讨会上的发言	
时代需要戏剧小品·····	(305)
——在全国戏剧小品研讨会上的讲话	
雅俗共赏 寓教于乐·····	(312)
——在全国舞剧观摩演出座谈会上的讲话	
附 录	
创造中国自己的室内电视连续剧 ·····	(325)
——文艺报记者李俭访《渴望》策划者之一、文化部副部长陈昌本	
让民族艺术之花开遍全国·····	(331)
——《瞭望》周刊记者王元敬访文化部副部长、第三届中国艺术节组委会副主任陈昌本	
第三届中国艺术节戏剧创作演出的可喜成果·····	(336)
——新华社记者张殿光、鱼世昌访文化部副部长陈昌本	

第三篇 艺术教育论

艺术院校教师的艰巨责任·····	(338)
艺术院校要重视德育·····	(342)
为建设我国社会主义艺术理论教学体系而努力·····	(353)
关于美术教学与美术创作几个问题的思考·····	(362)
附：生活是艺术家的根 ·····	(376)
——《陈昌本中短篇小说集》自序	

接近观众——电视节目得天独厚的优势

常有这样的情况，一个节目兴师动众、费了九牛二虎之力摄制出来，观众反映平平；而有的节目，人力物力消耗不大，却受到观众欢迎。北京电视台有几个节目，在这方面就有值得回味之处。

小节目引起大反响

春节前夕，北京电视台录制了一个小小的歌曲节目，起名《春节组歌》，内容是在大海、孔雀的衬景前，由三个演员演唱了《迎春四喜》、《过小年》、《包饺子》、《拜年歌》、《闹元宵》五首歌。这个节目一无豪华布景，二无宏大场面，但是，除夕夜播出后反映很好，值班人员收到不少电话要求重播，说：“欢度春节时看专门歌唱春节的节目亲切极了！”还接到郊区农村打来的一个电话，说：“《拜年歌》里说的两家大嫂不说话，拜年解开了死疙瘩”的词儿在他们村应验了，还要求电视记者去采访呢！

观众为什么喜爱这个节目？一不是因为它艺术水平高超，二不是因为它表现形式奇特，就因为它离观众近。观众欢欢乐乐过春节，收看包饺子拜年贺新春的节目，和节目的时间距离近了，思想交流了，感情共鸣了。用一个哲学概念：这个节目利用“时间”优势，把观众和电视节目在时间观念上融为一体。试想，如果这个小节目放在平时播出，肯定反响不会如此强烈。细想想，在“时间”上作文

章接近观众，这正是电视特有的优势，电影、戏曲等艺术很难做到什么时令，什么节气，给观众提供什么节目，你横竖不能演一部专门表现春节生活的戏，又拉上观众在除夕夜到影剧院去看你的戏吧？但是，电视却完全可以做到这一点。冷静想想，我们办节目，怎样利用这个优势，常常缺乏自觉性。

小竞赛进了大会堂

去年，我们创办了一个名叫《家庭百秒十问竞赛》的小节目。原想通过竞赛帮助观众扩大知识面，进行科普宣传。想不到，节目开播后反映强烈，许多家庭来信，说老少三代抢答题，不但增加了知识，还活跃了家庭生活，改变了老少思想不交流的状况。国庆36周年时，这个节目进了人民大会堂，成为庆祝国庆群众联欢会的一个重要节目。这场新中国同龄人百秒十问竞赛由中央电视台向全国播放，引起了许多新中国同龄人的思想共鸣。

这个知识竞赛节目受欢迎的秘诀在哪里呢？最根本的原因还是它离观众近。这个“近”表现在两点上：一是参加竞赛的人不是演员，是应召而来的群众，不是作答题表演，是真问真答真考试。群众上了台，成了主角，观众自然感到亲切。二是坐在电视机前的观众（各个家庭的成员），他们不是和节目无关的一般观众，而是竞赛的直接参加者。竞赛现场的应试者在答题，电视机前的观众也在答题，因为祖父母、父母、孩子们一起抢答，事关尊严、威望，抢答的激烈程度往往比现场有过之而无不及。实际上，观众的性质改变了，由节目的旁观者，变成了参加者，大大缩短了观众与电视节目的空间距离，也就是这个节目利用“空间”优势，把观众与竞赛现场的距离浓缩，使观众进入现场，在空间上融为一体。按心理学分析，亲自经历的事情远比间接获知的事情印象深刻、感受亲切。《家庭百秒十问竞赛》节目正是占了这个便宜。这个节目在虎年春节的五场演

播中,由于各种原因忽视了主持人与电视观众的交流,使观众失去了亲临考场的现场急迫感,观众立即提出意见,希望编导和主持人不要忘记坐在电视机前参加竞赛的千千万万人,实际上,是要求缩短空间距离。细想想,可以在“空间”上作文章接近观众,也是电视独特的优势。什么艺术能像电视这样,让一般群众登堂入室,作节目主角?什么艺术能像电视这样,深入到家家户户,把观众拉得与节目如此之近,以至于使观众感到自己也是节目的参与者?回头想想,观众对节目是否接近自己,是十分敏感的,而我们办电视的人倒往往迟钝。

小栏目上了大报纸

我台新闻部有个小栏目,名叫《观众之声》,每周星期日播出,约十分钟,主要报道在两个文明建设中涌现的好人好事,批评社会上的不合理现象和不正之风,在力所能及的范围内为群众服务。办这个节目的只有三个人。但这个节目广泛联系着广大市民,不到半年收到观众来信数千封,成为我台收到群众来信最多的栏目。观众真关心它哟!大事情——诸如某地区自来水水质不好急需改善,某工厂噪音扰民要求消音;小事情——诸如顾客买到的商品质量不好,无法使用,某单位服务人员态度不好,需要改进等等,都找《观众之声》申诉、要求解决。别看栏目小,还真的解决了不少群众关心的大问题。譬如,卢沟桥地区自来水水质不好,因为牵连许多单位,多年解决不了。《观众之声》进行了三次报道,引起了各方面注意,市政府拨出专款,有关单位齐心协力,在短时间内解决了。观众把《观众之声》当成了自己的代言者、知心人!最近,这个为观众服务的小栏目上了《中国日报》头版,被介绍到国外,一个外国代表团访华,指名采访《观众之声》的主持人王焱,要求她介绍这个节目为什么受市民欢迎?

《观众之声》受欢迎，最重要的原因还是离观众近。这个“近”主要表现在节目内容上，它报道的是观众最关心的问题，说的是市民最想说的话。正如观众评说的：“解决问题不大，扶了正气；做的事情虽小，暖了人心！”这用哲学术语，可以说是用内在质量的吸引力缩短了电视与观众之间的距离。在对内容的表现方面，电视也有自己的优势，有报纸、广播所达不到的条件。关键是要建立起通过能够拨动人们心弦的节目内容，自觉地缩短与观众距离的意识。

自觉利用电视接近观众的优势

以上对三个节目的分析尽管粗浅，却可以看出：一是电视节目的内容，可以及时、形象地反映群众关心的问题，具有接近观众的优势；二是电视节目的表现形式，既可以在时间上做文章，把电视和观众的时间距离拉近，又可以在空间上做文章，把电视和观众的空间距离缩短，也具有接近观众的优势。我们这个认识是从经历的少数事例中得出的，对于电视接近观众的完整规律来说，自然是挂一漏万，但至少可以说明：接近观众，的确是电视宣传得天独厚的优势。

为更加自觉地利用这一优势，我们经过酝酿，提出了“近些，近些，再近些”的口号，想努力把节目办得和观众更亲近。

首先，节目内容要离观众近。电视节目内容应该是群众关心的、需要的和喜闻乐见的。观众目前最喜爱的是内容深刻、艺术水平高的电视连续剧，我们在总结《四世同堂》成功经验的基础上，努力抓取能够拨动当代青年和广大观众心弦的题材，选定了表现青年一代思想命运的《凯旋在子夜》，和表现当代北京人生活情操的《钟鼓楼》。

《北京新闻》是电视台与观众联系的重要纽带，我们要努力把它办成促进我市社会主义物质文明和精神文明建设的阵地，特别

要下力量增加表现市民生活的社会新闻和反映广大群众精神情操的人物新闻,使新闻内容和群众心心相印。

为了把各种专题节目办得可观众的心,我们根据北京人民爱北京的心理,创办了介绍北京的新栏目《我爱北京》,系统介绍京华古迹、京都新貌、京华新人、京都风情。

我们根据北京离退休干部越来越多,迫切需要精神食粮的情况,办起了《老年之家》节目,努力为全市老年人服务。

这些努力都是为了使节目内容和观众靠得近些。

同时,节目表现形式也要努力接近观众。奋斗目标是八个字:缩短距离,交流思想。如,《下周屏幕》过去主要是介绍节目,为了更加接近观众,准备朝着既介绍节目,又评述节目过渡,评述节目时力争让观众上台,以反映观众对节目的意见要求为主,让观众感到这是自己说心里话的地方。又如,《北京讲坛》除了向观众介绍英雄模范人物的讲演外,还准备就人们关心的问题,让群众直接上电视屏幕开展讨论,请各级有关领导直接回答各种思想、政策问题,使讲坛变成与电视观众交流思想观点的场所。为了创造接近观众的条件,一些重要专栏准备逐步采用可以与观众交流思想的主持人主持节目的形式。一些重要节日和有纪念意义的日子,要了解群众的思想感情、情趣意愿,努力创作与观众贴心,同欢同乐,同悲同愤的节目。

一句话,要把电视和观众的距离缩得短些,短些,再短些;要把节目与观众的心靠得近些,近些,再近些!

综合手段——电视节目新颖独特的素质

电视宣传中有一种引人思考的现象：同样内容的电视节目，有的生命力极强，重播多次，人们仍百看不厌（好的新闻节目虽不宜重播，但几年后拿出来重看，仍不失其欣赏价值），而有的节目则生命力极弱，宛如“隔日黄花”，出世后很快就枯萎。试问，生命力强的节目是用什么魔力吸引住了观众？生命力弱的节目又是什么催命剂促使它迅速失去生命价值？从其中是否可以摸索出一点电视宣传规律性的特质呢？

一个观众多次要求重播的节目

一年春节，北京电视台拍了一个题名《她把歌声留在中国》的文艺专题，在三个月里连播四次，观众还要求重播。在总结春节节目时，大家总结这个节目的经验，一致认为，它成功的秘诀在于运用了电视“综合手段”的魔力，把一个普通专题搞成了精美完整的艺术品，艺术价值使它获得了永久的生命力！

这是个表现美国留学生伊丽莎白·谷娜梅演唱民歌的音乐专题。这种节目，可以用舞台演出的形式表现，也可以用实景拍摄的形式表现，但编导没有走这条近路，而是调动各种电视表现手段，综合运用，努力提高作品的艺术感染力；运用电视便于叙事的特点，通过谷娜梅离开中国前的经历，把12首歌曲编进特定的情境