

DIANSHI
BIANDAO
YISHU

电视编导艺术

李燕临 等著



国防工业出版社

National Defense Industry Press

电视编导艺术

李燕临 等著

国防工业出版社

· 北京 ·

前言

报纸、期刊、广播和电视等主流媒体,加之音像制品、网络、手机等新兴媒体构成了一个庞大的现代大众传媒群体,大众传媒不仅传递信息、交流文化,而且自身也生产文化产品,已形成了蓬勃发展的传媒文化产业。电视作为大众第一传媒,处于整个传媒文化产业的核心层,电视拥有最广泛的受众,能将种种时代变迁和生活信息快捷直观地呈现在所有受众面前,它以惊人的力量改变着大众的思想观念、生活方式及行为习惯,引导观众形成新的审美情趣。

当下,随着科技的迅猛发展,新兴媒体的不断开掘,大众传媒广泛传播的时代已悄然离去,我们正步入分众媒体传播时代。分众时代是媒体精细化、碎片化的时代,是消费者意志空前超越的时代,也是人类需求多样化、生活方式个性化的时代。在这个消费时代,由“卖方市场”到“买方市场”,由“传者本位”到“受者本位”的激烈竞争态势,不断激活着电视媒体市场意识的萌发,强化着为受众服务的传播理念,这是一个“更强调策略、更强调创意、更强调整合、更为注重受众”的时代。在分众化时代这样的传媒强势和生态背景下,电视传媒面临着严峻的挑战,电视媒体的发展必须与时俱进,不断进行变革与创新是其求生发展的必然之路。

电视编导是电视节目创作的核心,一部优秀电视作品的诞生,凝聚着编导对生活的深刻感悟、美学风格的追求及精湛操作技巧的展现。电视编导的媒介素养与创新精神的培养对丰富节目内容、提升节目品质、繁荣电视艺术创作、激活电视精品产生具有重要意义。经过几代电视编导及广大电视人的共同努力,使半个世纪的中国电视事业栉风沐雨、几度辉煌,不断构建富有中国特色的电视艺术景观。应对电视艺术的蓬勃发展,需要电视领域工作者的理论知识与实践技能不断提升,但现今,市场上有关电视编导方面的出版书籍极为匮乏;另一方面,我国有诸多所高校在广播电视编导、新闻传播、电视节目制作、导演创作等专业都开设了《电视编导》课程,这是一门有较大改革力度的新兴学科、交叉学科的课程,而现今可供教学选用的教材更是急需。鉴于此背景,本书作者在多年从事电视艺术与编导理论研究方向的教学科研工作以及多方位的实践基础之上,融

注了作者多年的教学实践经验和科研成果积累,参阅电视节目制作领域的最新研究成果,撰写了《电视编导艺术》一书。《电视编导艺术》内容主要包括电视艺术的发展与传播、电视视听艺术语言创构、电视场面调度与镜头运用、电视编导的艺术思维与媒介素养,并重点论述了电视新闻、电视教育类、电视生活服务类、电视法制类、电视谈话类、电视广告、电视剧以及电视纪录片等类型节目的编导策略,以期能从更高的层次洞悉电视节目的艺术创作与编导。

本书的创新性主要体现在:①既立足于有一定建树的电视编导理论体系的阐述,又结合丰富的电视节目制作实例分析,融学术性和实用性为一体;②对电视艺术视听艺术语言的创构进行了详尽阐述,研究中提出了一些新的理论观点与运用技巧;③从新的视角,重点对多种类型电视节目的编导与创作进行了详尽论述。《电视编导艺术》是一本关于电视编导研究的专著,能从新的视角形成有一定建树的理论体系,具有较高的学术理论价值和现实针对性意义。

《电视编导艺术》一书对于电视编导工作者和研究者,书中既有不少理论的研究,又有许多实践经验的概括,能为其研究和创作提供一定参考;对于高校广播电视编导、电视节目制作、新闻传播、导演创作等诸多专业的人才培养能切合教学需要;对广大电视工作者也具有较高的指导应用价值。

本书由李燕临教授负责确定总体结构和提纲,并撰写第一章、第二章、第三章的第二~第六节、第十章~第十二章。第四章、第六章的第三、第四节由王蕊教授撰写;第五章、第六章的第一、第二节由董栋撰写;第七章由王玉撰写;第八章由陈旭撰写;第九章、第三章的第一、第七节由杨东霞撰写。全书最后由李燕临教授进行统稿。本书是甘肃省社会科学规划项目《大众传媒的社会责任与经济效益的研究》,同时也是西北师大青年教师科研能力提升计划(人文社科类)骨干项目(SKQNGG10032)的研究成果之一。

由于作者水平有限,加之时间紧迫,尚有诸多不足之处,殷切企望得到同行专家和广大读者的评议指导。撰写过程中参阅了部分学者的最新研究成果,在书末附了参考文献,在此出版之际,谨向他们一并表示衷心的感谢!

李燕临

2010年12月

目 录

第一章 电视艺术的发展与传播	1
第一节 电视艺术的界定与审美特征	1
第二节 我国电视艺术的发展历程	10
第三节 分众化时代对电视媒体的影响	19
第四节 分众时代电视媒体的传播策略	24
第二章 电视视听艺术语言创构	31
第一节 色彩的造型与应用	31
第二节 构图的元素与形式	36
第三节 景别的处理与表现	43
第四节 用光的特点与技巧	50
第五节 字幕的创意与摄制	60
第六节 声音的要素与构思	66
第七节 节奏的形态与创造	72
第三章 电视场面调度与镜头运用	78
第一节 电视场面调度的特点	78
第二节 电视场面调度的表意功能	81
第三节 场面调度的轴线规律	86
第四节 镜头的特性与艺术表现力	89
第五节 电视镜头的运用规则	98
第六节 镜头的时间设计与处理	101
第七节 镜头的空间设计与造型	104
第四章 电视编导的艺术思维与媒介素养	109
第一节 电视节目主创人员构成及其职责	109

第二节	电视编导的工作性质·····	114
第三节	电视编导的艺术思维·····	115
第四节	电视编导的媒介素养·····	121
第五章	电视新闻类节目编导 ·····	131
第一节	电视新闻的特点·····	132
第二节	电视新闻类节目的类型与编辑·····	134
第三节	电视新闻的编制原则·····	138
第四节	电视新闻的编排策略和技巧·····	140
第六章	电视教育类节目编导 ·····	150
第一节	电视教育类节目的定义与传播特性·····	150
第二节	电视教育类节目的地位与作用·····	152
第三节	电视教育类节目表现形式与编导·····	155
第四节	电视教育类节目编导策略·····	158
第七章	生活服务类节目编导 ·····	165
第一节	生活服务类节目的界定及特性·····	165
第二节	生活服务类节目的受众分析·····	171
第三节	生活服务类节目的现状及问题·····	180
第四节	生活服务类节目策划与编导·····	191
第八章	电视法制类节目编导 ·····	215
第一节	电视法制类节目的发展历程与社会价值·····	215
第二节	电视法制类节目的现状与问题·····	225
第三节	电视法制类节目编导策略·····	232
第九章	电视谈话类节目编导 ·····	249
第一节	电视谈话节目的类型·····	249
第二节	电视谈话节目面临的困境·····	254
第三节	电视谈话节目编导技巧·····	258

第十章 电视广告的创意与制作	264
第一节 电视广告的类型.....	264
第二节 电视广告的定位.....	269
第三节 电视广告的创意技法.....	280
第四节 文化差异与电视广告创作.....	288
第五节 电视广告制作程序中的关键点.....	293
第六节 动漫电视广告的创作.....	297
第七节 泛媒体时代电视广告的传播策略.....	302
第十一章 电视剧编创	308
第一节 电视剧创作存在的主要问题.....	308
第二节 电视剧的创作特点.....	310
第三节 电视剧的编剧.....	314
第十二章 电视纪录片创作	325
第一节 电视纪录片界定.....	325
第二节 电视纪录片创作手法分析.....	327
第三节 技术进步支持下的电视纪录片创作.....	336
参考文献	342

第一章 电视艺术的发展与传播

电视的正式诞生迄今有 70 多年的历史了,已经形成了一个涵盖社会各个文化领域的辐射圈,深深介入了人们的生活领域,成为现代社会人们文化生活领域中不可或缺的重要组成部分。当下,中国电视界正经历着一场深刻的变革,将步入多元化大发展时期,这种发展表明电视不仅只起到一个新闻传递的作用,它本身已经成为文化艺术的一个载体,姹紫嫣红的荧屏、丰富多彩的节目每日每时都在或正面或侧面地反映和折射着经济发展和社会生活,在思想深度上影响着人们对事物的认识和评判。电视事业蓬勃发展的同时,我们也必须认识到我国广电行业现在的多元化并不是高质量化,更不是精品化,随着时代的发展,人类文明的进步,受众的审美追求、艺术鉴赏能力也随之不断提升,要求电视节目的制作质量要与时俱进、不断创新。为此,电视工作者应清醒地看到自己的市场优势与历史责任,努力制作出更多技术精良、富有审美内涵,能传承文化、引发思考、共鸣社会的精品节目,构建独具特色的中国电视艺术景观。

第一节 电视艺术的界定与审美特征

一、电视艺术的内涵

首先要弄清楚电视、电视艺术这两个概念。

电视一词来源于希腊文 TELE——“从远处的”、“远的”和拉丁文 VISIO——“看”,合起来就是远距离传送画面的意思。电视通常以 TV 为代号,是从英文 TELEVISION 简化而来,含义是“遥远之地也能看得见的图像。”

苏联奥夫相尼柯夫·拉祖姆内依主编的《简明美学词典》对电视界定为“电视产生于 20 世纪初,它是通过远距离播送画面(静态的和动态的、黑白的和彩色的)以及音响配合,向观众直接地报道生活现象和艺术现象的现代方式之一。”

依据《辞海》的解释,电视是“传播图像的一种广播、通信方式。它是应用电子技术对静止或活动的景物的影像进行光电转换,然后将电信号传递出去,使远方能即时重现影像。”

《现代汉语词典》中的解释,电视是“利用无线电波传送物体影像的装置。由

发射台把实物的影像变成电能信号传播出去,电视机把收到的信号再变成影像印在荧光屏上。”

随着传播技术的迅猛发展,电视日益显示出其无与伦比的优势,成为继诗歌、音乐、绘画、雕塑、建筑、舞蹈、戏剧、电影之后出现的“第九艺术”,成为“二十世纪文化的象征”。电视的迅速发展使得原来固有的文化传播方式相形见绌,而当人类步入电子时代,生活在电视文化时期,就必然产生一种新的艺术形态——电视艺术。

电视艺术是电视的派生物,电视和电视艺术是两个概念,两者有联系,又有区别,而电视艺术的概念更为复杂,学界也有多种界定。

“电视艺术”依据苏联美学家鲍列夫在《美学》中说明的是:“电视不仅是一种向广大群众传输电视信息的手段,还是能把从审美上加工过的,有关现实世界的印象传到四面八方的一种新的艺术。”

学者张凤铸在《中国电视文艺学》中指出:“所谓‘电视文艺’,主要是指运用艺术的审美思维,把握和表现主客观世界,通过电视声画语言,发挥电视本体特性,塑造鲜明的屏幕艺术形象,给电视观众以认知、娱乐、教育、审美四位一体的综合艺术享受的电视节目类型。”

学者杨世真在《电视艺术原理》一书中认为:“对于那些正待被我们指称为‘电视艺术’的电视节目来说——我暂时只把它们限于电视剧、动画片和电视纪录片,认为它们完全具备了艺术的基本特性,无论是从外部形态上(跟其他形式的意识形态相比)还是从内部特征上(艺术内部各种艺术形式之间相比)。艺术的基本属性如反讽基调、非功利性、审美性、形式化、形象性、情感性、虚拟性、想象性、细节性等,在电视剧、动画片和电视纪录片里都得到了集中明确的体现。在这个严格意义上,我们才把它们归结为一种艺术样式。”

学者高鑫在《电视美学前沿》一书中指出:“电视艺术就是作为当代一门全新的艺术形态,它以数字电子视听技术为依托,把声像动态地结合为一体,借助电视系统对人的精神、情感、理念进行艺术化的显现和演绎——凡是能给观众带来审美愉悦的电视节目就是电视艺术。”

以上所述概念,是从不同角度、不同侧面、不同侧重点来审视电视艺术,分别从电视艺术的传播特性、艺术审美思维、艺术特性以及电视传播形态、电视传播功能等方面研究得出的不同结论。综合以上观点,可以把电视艺术的内涵概括为“电视艺术是以现代电子技术为依托,以电视这种大众传播媒介为载体,以声画造型为传播方式,运用艺术的审美思维把握和表现客观世界,通过塑造鲜明的屏幕形象来叙事抒情,表现编导对被摄体的审美理想和审美情趣,对观众的审美观起引导和提高的作用。”

在人类历史发展的长河中,电视艺术的发展还不到100年,但电视艺术在当代社会中传播迅捷、普及广泛、感人深切、影响巨大是先前的其他艺术形式难以企及的。如果我们从美学的角度对电视艺术进行分析和探究,就会发现电视艺术具有其独特的美学特质。

二、电视艺术的审美特征

1. 多重兼容性

电视艺术是兼容性极强的综合艺术,它如同一个外界的窗口,呈现着新闻类、纪实类、社教类、文艺类等不同的节目类型,集新闻、知识、文化、娱乐等为一体。电视艺术就其表现形式来说,它综合各家艺术之所长,努力丰富和发展自己,创造了丰富的艺术样式,形成了自己独特的魅力和优势。电视是在时间的流逝中展示画面和声音,延续形象;在空间的呈现面上塑造形象,具有叙事和造型的双重表现力,使之具有了多元化、多功能、多层次的审美特征。兼容性是电视艺术最根本的特性。

1) 电视艺术是技术与艺术的兼容

电视既是艺术的综合,又是技术的综合。由于技术与艺术的结合,使得这种新兴的艺术样式产生了两个方面的鲜明特点。就其创作者来说是制作的迅速和快捷;就其接受者来说是观赏的方便和自由。正是这种鲜明特征,导致电视艺术本身所具备的美学特征和电视观众的审美观念发生了明显的变化。

创作一部优秀的电视作品,直接参加制作过程的工作人员往往要有几十人甚至达到成百上千人,使得电视艺术成为一种集体创作的艺术,是将编、导、演、摄、美、录、音、道、服、化等多个职能部门集合在一起,在导演的总体构思和制片人的宏观策划下来共同完成摄制任务的。艺术工作和技术工作相互交叉,相互配合,这对电视创作十分重要。

2) 电视艺术是时间艺术与空间艺术的兼容

目前,电子技术已渗透到人们生活的各个领域。电子科学与艺术结合所产生的新的艺术品种就是电视艺术。艺术,一般分时间艺术、空间艺术和综合艺术三大类。其中时间艺术诉之于人们的听觉,空间艺术诉之于人们的视觉,综合艺术诉之于人们的视听,电视艺术则属于将时空结合在一起的综合艺术。“在屏幕世界中,屏幕时间结构表现着空间运动,屏幕空间结构中蕴涵着时间运动”。由于电视艺术是用最先进的科学技术武装起来的,所以在时空艺术的兼容上不仅超越了戏剧的舞台时空,而且超越了电影的银幕时空。

3) 电视艺术是诸多艺术元素的兼容

在一部电视艺术作品,往往是多种艺术美的综合体现,它可以包容文学、

戏剧、音乐、舞蹈、绘画、建筑、雕塑、电影等一切艺术门类,这些艺术本来都是独立的艺术样式,但当它们介入电视艺术之后就失去了相对的独立性,而只是作为一种艺术元素,融入电视艺术的整体构思之中,成为体现电视艺术兼容美的重要元素,使被综合的艺术元素融合发展成为一种崭新的艺术。

4) 电视艺术是多种艺术手段的兼容

由于电视艺术是与先进的科学技术相结合的,这就为电视艺术采用其他的艺术手段来丰富自己的艺术表现力创造了必要的条件。电视艺术的表现手段主要是通过对人、光、影、声、色、字、景、物等造型元素的结合。但这种结合不是简单的堆砌,而是水乳交融般地有机结合、浑然一体。“电视艺术可以将新闻的纪实性,广播的时效性,戏剧的情节性,电影的综合性,小说的叙事性,诗歌的抒情性,散文的自由性,乃至曲艺的诙谐性,时装的华丽性,武术杂技的惊险等艺术手段都可以拿来为我所用”。因此,电视艺术可以调动和运用众多艺术的表现手段,创造出各种各样具有鲜明特色的电视艺术样式,在诸多艺术样式中电视艺术成为兼容性最强的艺术,而这种兼容性也构成了电视艺术重要的美学特征,成为了它之所以具有强大的生命力而驰誉于整个艺术领域的重要美学因素。

2. 审美多样性

电视艺术是百家争鸣的艺术,它的种类繁多,风格各异,多样性构成了电视艺术重要并独具的审美特征。在受众需求日趋多样的今天,正是这种多样性的美学特征,满足了电视观众多样性的审美要求。

1) 电视艺术题材丰富多彩

电视艺术制作手段先进,可以及时触及社会生活的各个角落,各种形态的题材都可以通过电视屏幕得以表现,因此电视艺术的题材是真正多样化的。从题材内容来看,古今中外、天上地下、英雄志士、神魔鬼怪、鹅鸭鼠兔……都可以通过屏幕得以表现。仅就电视剧题材来说,如历史题材剧《雍正王朝》、《汉武帝》、《闯关东》、《长征》;人物题材剧《冼星海》、《陈赓大将》;儿童题材剧《家有儿女》、《喜洋洋与灰太狼》、《快乐星球》;爱情和反贪题材剧更是有很多。《新闻启示录》更是一部将新闻、广播、戏剧、电影、文学等艺术手段集于一身的电视剧。正是电视艺术的这种兼容性美学特征,也使得更多电视文艺栏目设立,如央视的《我要上春晚》、《曲苑杂谈》、《星光大道》、《幸运52》;河南台的《梨园春》、《武林风》;湖南台的《快乐大本营》,这种兼容性美学特质使得电视艺术具有极为顽强的艺术生命力。

2) 电视艺术品种不断涌现

电视艺术的类别也是多种多样的,电视艺术的新品种、新样式在不断涌现。

能否创造出有生命力的节目形态,对于电视媒体的发展与存亡至关重要,因此近些年出现了很多交叉的、组合式的新节目形态和样式。节目类型中出现互相交叉渗透、演化与变异、节目元素置换等特点。如近些年兴起的真人秀节目元素,它已经渗透到了益智类、竞技类、职场类、生活服务类等节目当中。从受众心理来考量,电视观众对电视艺术的需要是无限的、广泛的。无论什么类别的电视艺术作品,都需要满足广大电视观众的需求。

3) 电视艺术形式多种多样

电视艺术的艺术形式也是多种多样的,这是电视在电视艺术多种形式上的具体体现。比如电视剧艺术,依据不同的划分标准可以将电视剧划分成多种艺术类型,如给观众以清雅秀美的电视小品、电视短剧、电视单元剧;给观众以张弛有序美的电视系列剧;还有给观众以集中严谨美的电视单本剧;悬疑纵生美的电视连续剧,等。

4) 电视艺术风格绚烂多彩

电视艺术风格的多样性是和很多方面相联系的,包括所选取的题材、创作者不同的创作个性以及观众不同的审美要求等。以音乐电视为例,它的艺术形式根据音画同步、音画平行、音画对立等音画组合方式的不同,又可以形成不同的音乐电视风格。比如叙事风格(杰克逊《恐怖之夜》);抒情风格(那英《雾里看花》、杰克逊《黑与白》、屠洪刚《霸王别姬》、付笛生和任静《知心爱人》);纪实风格(《梦回唐朝》、《公元一九九七》、《万岁,祖国》、《重头再来》)等。

5) 电视艺术结构异彩纷呈

电视艺术的结构方式也是多种多样的,不同结构方式会给观众带来某种结构上的形式美。关于具体使用何种结构,可根据具体的节目内容和编导自己的风格来决定。以电视纪录片为例,尽管目前纪录片的标准不一、种类多样,但最常见的结构形式可以分为这几种:一是事件结构,以时间为轴线,按事物进程的顺序组织、安排材料,如《远在北京的家》、《龙脊》、《藏北人家》等;二是空间结构,也称为横式结构,根据空间变化来排列、搭配各部分的内容,如《半个世纪的爱》、《话说长江》、《丝绸之路》等;三是时空交错结构,又称为复合结构、散点式结构,这种结构打破了正常生活时间、空间的连续性和顺序性,令时空纵横交错。

3. 强烈即时性

电视艺术除了具备综合的兼容性以外,它在节目内容与形式上,还体现出强烈的即时性。所谓即时性指的是电视节目擅长于表现和反映正在发生的、时效性极强的事态与情状的性能。电视作为现代化的传播媒介,在信息传播的迅速、快捷、及时上具有得天独厚的优势。电子录像可以现场拍摄,立即编用,及时播

送。对于新闻事件、新闻报道可以同步转播,让观众即时看到事件的现场。电视的这种即时性是电视有别于其他传播媒介的最显著标志。这种快速独特的媒介属性和传播功能,更是大大增加了电视和电视艺术的魅力。

西方美学家鲍列夫这样形象地形容电视:“把观众带进此时此刻正在发生的历史事件之中,这一事件只有明天才能搬上银幕,后天才能成为文学、戏剧和绘画的主题。”因此,敏锐地捕捉与再现当下发生的各种社会热点现象、热点人物、热点事件,与时代脉搏共振,引起观众强烈共鸣,即时性成为了电视节目的一个重要特征。与其他传统媒体相比,即时性也许显得过于仓促,不易留下什么经过千锤百炼的经典之作,但从现代观众的心理需求来看,它最大程度地满足了观众猎取最新社会动向的心理需求,特别是某些富于现场感的同步追踪。如对各种体育比赛、文艺演出、新闻发布会等的现场直播,因为采用的是“现在进行时”的播出方式,给观众带来了巨大的观赏魅力和心理刺激。电视直播节目具有传受时效的同步性,媒体的传播行为和受众的接受行为是同步的,大大增强了电视艺术的传播魅力。此外,现场直播节目还具有传授过程的高保真性,由于它是传播与接受同步进行,这种特殊的制播过程保证了现场信息传播的真实可信性。如中央电视台每年一度的春节联欢晚会,2008年北京奥运会,世界杯足球赛的现场直播,美国总统的竞选演说,奥斯卡金像奖颁奖仪式等,都在某一个共同的时刻,使全世界不同地方、不同语言、不同社会背景的人们聚集在电视机前,共同领略正在展开着的事态与情状。使人们看到了2008年四川汶川地震,2010年甘肃舟曲泥石流等各类突发事件的第一时间报道。电视艺术的即时性让人们身处异地却能及时了解到世界不同角落正在发生的事件。

4. 具体逼真性

电视的逼真性首先是由科学技术和电视手段赋予它的。电视艺术素以“传真”取胜,以真实见长。它不断继承、吸取、革新、改进戏剧、电影、广播等科学技术的一系列成果,从而使它具有了惊人的保真度和表现力、感染力。随着科学技术手段的不断发展,拍摄的对象通过屏幕展现给人们的内容有着特殊的逼真性、可信性、确实性。无论是宏观世界之“宏”,微观世界之“微”,内心世界之“隐”,绚丽世界之“绚”……都可以囊括在镜头之中,兼收并蓄。正如贝拉·巴拉兹所说:“如我们的眼睛跟摄影机的镜头合一的一样,我们的耳朵跟扬声器也是合一的。”

电视艺术的逼真性比其他艺术难以企及的。众所周知小说只能通过文字表现,读者只能通过想象去体会;绘画只能在平面材料上描绘现实世界,大大限制了它对动态生活的表现;雕塑一般不能像绘画那样模拟自然的色彩,而且表现的也只能是某一特定的瞬间真实;音乐只能用耳听,不能用眼看,真实性难以捕捉;舞蹈带有很大的想象和夸张的成分;戏剧的表现手段又具有特定的舞台假定性。

而电视艺术工作者在长期的创作实践中建立了电视艺术对逼真性所要求的一套原则和技巧,如根据生活中人们对周围的人、事、物观察时都要不断地转移视点的习惯,将生活拍摄成各种景别镜头,再将这些镜头按照生活的逻辑组合起来,使观众像在现实生活中那样去观察反映在屏幕上的生活,产生一种贴近生活原貌的逼真感受。

电视的逼真性是最贴近现实生活原貌的,因此要求电视反映生活要尽量生活化,但其实“逼真”也只能是“逼”近生活的“真”,而并非生活的实体。事实上,电视在许多方面都是和假定性有机交融在一起的。诸如用摄像机镜头来代替电视艺术家和电视观众的眼睛,这本身就是一种假定。根据表现的需要,远的东西可以拉近,近的东西可以推远,大的东西可以缩小,小的东西可以放大;还可以从几个不同角度拍摄同一场景,又能在同一部电视片中展现出来;它既可以改变景物的色调,又可变化景物的清晰度,等等,这些都存在着假定性。可见,电视艺术的逼真性,并非要求一切来自现实生活。确切地说,电视艺术的逼真性只能是与假定性有机交融的逼真性。

电视作为独特的摄录工具和传播媒介,使屏幕上的人物和社会生活逼近客观现实,既及时,又传真,富有纪实性和临场感。观众如临其境,置身其中,真真切切地进行其真实性的审美观照。电视本身又具有鲜明的艺术创造性,这就为它的假定性和虚幻性提供了坚实的技术基础。

5. 展现时代性

电视艺术是用最先进的电子技术武装起来的,这就使得它能够充分发挥反映生活迅速、揭示人物心理真实的优势,将摄像机的镜头对准社会现实生活,捕捉最富时代特征的场景、画面和形象,对历史与现实给以严峻的审视和哲理的思辨,故而具有浓厚的当代性和时代感,这也构成了电视艺术鲜明的审美特征。

1) 展现现实生活的真实

电视的出现,无疑是人类所创造的最接近现实生活的一种媒介。电视艺术创作者运用自然朴实的纪录手法和强烈的主观情感真实地记录社会生活和人文景观,使受众感受到鲜明的时代感,并引导受众认识现代文明与传统文化所反映的社会生活真实的美。例如这些年来广受欢迎的家庭伦理剧就表现了在新旧交换的历史时期,在受到外来文化理念冲击下现实生活中的一些矛盾冲突。如“婚姻写手”著名剧作家周海瓴的婚姻三部曲《牵手》、《中国式离婚》、《新结婚时代》,展示了现在这个时期人们婚姻家庭的内部问题与矛盾。

2) 发掘深层的历史、文化意蕴

电视艺术不仅能够揭示现实生活的美,也能够展现现实的社会生活,电视艺术作品更应去发掘和反映历史、文化的深层意蕴,并使它具有丰富哲理的思辨力

量。例如纪录片《圆明园》、《故宫》等都是通过现代的拍摄制作手法与理念去展示我们的历史与文化。

3) 揭示当代人们的心理变化

当下,人们正经历着新经济时代所带来的社会变革,人们的心理结构也由此引发了明显的改变。这种改变是现代社会意识与传统观念在人们心灵深处碰撞的结果,同时它也是测量现代文明进程的重要标志。电视艺术的当代性,正是揭示了这种特殊心理机制所带来的美感。

6. 互动参与性

电视观众观赏电视艺术具有一种较强的参与感,或称为介入性,这与欣赏其它艺术作品的审美心境不同,构成了电视艺术所独具的审美特征。这种参与感主要是由以下几个方面决定的。

1) 开放性的传播方式

电视作为一种信息传播的媒介和载体,从电视传播的方式来看,电视艺术是最具开放性的一种文化样式。它不是封闭的、单向的传播者——接受者的交流,为了强化其传播功能和渗透力,往往采取传者和受众之间“面对面”的直接交流方式,这种交流本身就带有较强的参与性。这种全方位地、多层面地交流,使得不同阶层、不同文化修养、不同国度、地区、民族的人们都可以共同参与。

2) 主动性的接受者身份

对于一般传播媒介和文化载体,其接受者一般扮演的是比较被动的角色,而观众在观赏电视艺术的时候较为自由,接受者不仅具有主动性,甚至本身就担当起传播者和创造者的角色。如在2008年汶川地震中的新闻报道过程中,人们最早通过电视画面看到14时28分地震发生时成都、都江堰的画面不是电视台拍摄的,而是在当地旅游的群众抢拍了这些珍贵资料,并送交电视台及时播出的。

在许多电视纪录片、电视剧的拍摄过程中,被拍摄对象和观众既是受者,又是传者,往往不是电视工作者指挥、操纵着他们进行拍摄,而是他们参与进来,将他们的见解赋予电视工作者,共同完成电视节目的制作。例如,现在很多热播的韩剧集数很长,编剧和导演往往就是一边创作,一边导演拍摄,一边播出,在这个过程中,观众通过网络或短信方式表达自己在观看中的意愿和感受,这些意见会对创作者起到很大的作用。

3) 特殊的表达方式

电视艺术与电影的表达方式不同。电影里的剧中人只能彼此讲话,因此观众处于“第三者”的立场在那里看戏,而电视艺术中的人物更多是通过特写镜头直接向观众讲话,主要目的是“倾吐情感”,观众是站在“当事者”的立场参与节目的。

观众参与电视节目的方式主要有两种。一种是直接参与,是在现场直接参与节目的整个过程,像《实话实说》、《非诚勿扰》、《CCTV 青年歌手大奖赛》、《欢乐家庭》、《全家总动员》、《我爱记歌词》等,观众就在节目现场。如中央电视台的《欢乐家庭》是一个集娱乐、文艺、竞技为一体的节目,每期请四个家庭来到节目中,要求他们参加不同类别的规定题目比拼,最后决出胜负。场上家庭全家出动,共同参与,电视机前也经常是一家老小围坐在一起共同观看。观众观赏电视艺术时,由于开放性的观赏环境,使得他们在看电视时会产生特殊的审美心境,这种心境较为自由,是以“参与者”的身份出现的。观众参与电视节目的第二种方式是间接参与,是利用电话热线、短信参与,使广大观众的心理介入转变为行为介入,增强参与感。像《开心词典》、《幸运 52》、《以一敌百》、《金苹果》、《超级女声》等与观众互动,观众通过电话或短信参与答题。《以一敌百》是 2008 年湖南卫视从荷兰 Endmoel 公司购买的全部版权,其节目核心就是集中凸显一个人对垒一百人的精彩。无论是参与者或是观众都能从中感受紧张、刺激、悬念、惊喜等种种情绪。参与《以一敌百》节目挑战的 100 人,称之为“快乐答人”,这 100 位“快乐答人”来自社会各界,全是通过短信、网络、电话、邮箱等形式参与,再经过节目组面谈之后确定的答题高手;参与对垒的一位选手称为“挑战者”,他们也来自自主报名,再经节目组多次考查最后确定。近年来真人秀节目、游戏竞技类节目受到观众的热烈欢迎,和其中巨大的互动性是分不开的。例如湖南卫视的“快乐大本营”、“超级女生”、“快乐男生”等,通过层层的海选环节,让观众直接介入节目中,极大地调动了观众的参与性,使得节目更具有生机和活力。

此外,现在很多电视剧热播期间,还设置短信平台,让观众边看边赏边评,这都极大地调动了普通观众的参与热情。电视连续剧《我爱我家》、《东北一家人》等本身虽不具有参与性,但编导为表现观众参与的效果,在精彩部分有意加上笑声,也都体现了参与性的特点。再比如节目主持人的设置也大大增强了电视艺术的参与性。电视节目主持人往往既是电视节目创作的重要参与者,更是与观众面对面的交谈者,是观众和电视节目间的桥梁和中介。从某种意义上而言,电视节目主持人已经成为电视审美的重要组成部分。例如中央电视台《星光大道》的主持人毕福剑、《非常 6+1》的主持人李咏,都和参与节目的选手以及电视机前的观众有很好的交流感,这种交流不仅可以有效沟通节目和观众,而且可以最大限度调动和发挥观众的参与性,使在电视机前的观众产生身临其境的现场感和生动感。

目前,电视屏幕上民主参与的谈话类节目增多,大众参与性的益智类节目增多,观众参与的娱乐性节目增多,反映社会、人类生存状态纪实类节目增多,进入现场,客观公正地迅速报道社会生活中正在发生的新事物的直播类节目增多了,

充分体现了电视文化的新理念,得到了受众的认可,起到了良好的传播效果,这种新的电视文化理念,使电视屏幕上传递着多种声音,特别是普通百姓的声音,大众走向荧屏,展示自我,表达自我,通过电视媒介塑造大众偶像,这充分展现了电视媒介多元文化的视角。

第二节 我国电视艺术的发展历程

我国的电视事业发展至今,已走过 50 多年,在半个多世纪的历史进程中,她有过艰辛的创业、曲折的探索,也有过成功的喜悦与辉煌,中国电视事业的发展与我国社会、政治、文化发展的步伐几近一致,其发展历程大致可分为创建期、繁荣期和转型期这几个阶段。每一发展阶段,电视节目的创新在目标、内容和方式等方面也都呈现出了不同的特点。

一、创建期,“宣传品”为主导阶段

1. 初创期(1958 年—1965 年)

中国的电视事业起始于 1958 年。1958 年 5 月 1 日是国际劳动节,当晚 19 时,中国第一座电视台——北京电视台(中央电视台的前身)开始试播,标志着中国电视事业的诞生。19 时整,北京仅有的 50 台电视接收机的屏幕上出现了以广播大厦模型作为背景的图案,醒目的“北京电视台”台标和开始曲交相呼应。播出的节目首先是政治节目,由中央人民广播电台记者李宜组织工业战线先进生产者和农业合作社主任参加的庆祝“五一”国际劳动节座谈会;接着是播放中国新闻纪录电影制片厂摄制的反映干部下放主题的纪录片《到农村去》;然后文艺节目有中央广播剧团演出的诗朗诵《工厂里来的三个姑娘》、《大跃进的号角》;北京舞蹈学校表演的《四只小天鹅》、《牧童与村姑》、《春江花月夜》;最后是苏联科学教育影片《电视》。在 9 月 2 日,北京电视台转为正式播出,每周播出 4 次,每次 2h~3h。北京电视台的建设被赋予了重大的政治意义,1957 年香港丽的电视台(现为亚洲电视)开办后不久,就传来了中国台湾地区方面将引进美国先进电视设备,准备于 1958 年“双十节”开始电视广播的消息,这信息引起了北京的重视,于是加快北京电视台的建设步伐,终于赶在中国台湾地区之前,在相关条件还不十分成熟的情况下,我国第一座电视台紧张地开播了。

上海电视台——我国第二座电视台(第一座地方台)也在 1958 年“双十节”前于 10 月 1 日开始播出。1958 年 12 月 20 日,哈尔滨电视台(黑龙江电视台的前身)也在新年前建成开播。电视史学者郭镇之教授说,中国的电视拓荒者是“在简陋的客观条件与高涨的革命热情的巨大反差中开始了艰辛而曲折的创业