

DIANSHIYOU MOLUNGANG



电视幽默 论纲

杨斌 著

DIANSHIYOU MOLUNGANG

中国广播电视出版社

531835

电视幽默论纲

杨 斌 著

中国广播电视出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视幽默论纲/杨斌著.-北京:中国广播电视出版社,
1997.12

ISBN 7-5043-3124-4

I.电… II.杨… III.电视-幽默(美学)-研究 IV.J901

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 01886 号

电视幽默论纲

杨 斌 著

中国广播电视出版社出版

(北京复外广播电影电视部灰楼 邮政编码 100866)

河北省高碑店市印刷厂印刷

新华书店总店北京发行所经销

*

850×1168 毫米 大 32 开 17.625 印张 347(千)字

1998 年 4 月第 1 版 1998 年 4 月第 1 次印刷

印数: 1—5050 册 定价: 26.00 元

ISBN 7-5043-3124-4/G·1175

内 容 提 要

本书首次提出了一个全新的概念“电视幽默”，并从电视和幽默的结合上系统论述和分析了电视幽默现象。由于长期以来幽默研究不甚注重媒介视角；而电视研究亦对幽默问题缺乏足够的观照。因此，这一论题的提出和研究对于电视理论研究和幽默理论研究都具有开拓性的意义。

本书分上、中、下三篇对电视幽默现象进行了分类研究。上篇为“电视幽默概说”，主要探讨了从“幽默”到“电视幽默”的源流、定义、特点及与“电视喜剧”的关系等。中篇为“实现电视幽默的途径”，具体剖析了23种普通幽默手段、9种特殊幽默手段、10种独立电视幽默体裁、2种特殊电视幽默体裁、2种综合电视幽默体裁、4种电视幽默表演方式及3种特殊思维方式；论述了电视幽默的氛围、意识；电视幽默与节目主持人的关系；电视幽默的客体以及电视幽默与丑与趣的关系等。下篇为“电视幽默的受体与效果”，阐述了电视幽默的受体、效果、评价标准及电视幽默与笑的关系等问题。

本书从电视学、幽默语言学、幽默心理学、方言学、修辞语法学、广告学、信息论、符号学、喜剧美学等多种学科角度，多方位、多侧面地对电视幽默现象进行了从宏观到微观、从点到面、由表及里的比较考察，具有一定的深度、广度和借鉴价值。对于电视幽默的创作和欣赏，都具有重要的意义。此

外,本书在对电视幽默现象予以详尽论述的同时,证以大量的幽默节目实例,资料翔实丰富,时间跨度大,对于电视幽默研究本身,也具有一定的史料价值。

本书文字流畅,风格独特,融趣味性、知识性、理论性于一体,可读性较强,避免了幽默理论书籍陷入艰涩枯燥的误区,在电视论著写作风格上进行了有益而可贵的探索。

本书1994年7月曾以《电视幽默论》之名由天津百花文艺出版社出版。出版后,受到各方面的广泛关注和好评。曾荣获天津市第六届社科优秀成就政府奖三等奖。

本书为《电视幽默论》的增订本。

幽默电视化 电视幽默化

——《电视幽默论纲》序

陈孝英

我很高兴地向大家推荐一位十分年轻的学者所写的一部十分年轻的书。

说这本书年轻,是因为它提出了一个年轻的命题——“电视幽默”,从而为同样年轻的“喜剧美学”注入了一股活水。

中国的喜剧美学作为一门独立的学科,其真正的发轫还是新时期以来的事。近 20 年来,拓荒者在这片处女地上主要致力于三个方面的耕耘:一是对本体理论体系的艰难而缓慢的构建;二是向艺术的各大门类以及公关、医学、德育、教育等广阔领域的无孔不入的辐射;三是对西方和前苏联理论的比较系统的引进以及对民族遗产的初步挖掘。在艺术的各大门类中,文学、戏剧、曲艺、美术是喜剧美学的闹市区,电影、电视、音乐、舞蹈则比较冷寂。这与人们长期以来所形成的对喜剧媒体的接受惯性有关。多年来,从普通观众到理论

家,比较关注的喜剧性记录方式是文字、图画和舞台语汇,而对影、视、乐、舞语汇则相对陌生。其中,对喜剧在电视中的规律的漠视与电视中喜剧因素的迅速膨化形成了十分尖锐的对比。今天,行色匆匆的喜剧美学研究者们一时无暇顾及的这一重要课题,终于被杨斌的这部专著提上了议事日程,这是对我国喜剧美学研究向纵深化、丰富化和细化发展的一个重要贡献。

“电视幽默”概念的提出,为喜剧美学研究者提供了两个有趣的新视角:

一是从电视的角度看幽默,研究如何准确地认识电视媒介的特点,并充分调动电视手段来展示、表现、创造幽默,从而丰富荧屏色彩,使幽默在这一崭新的表现空间里充分舒展自己的身姿;

二是从幽默的角度看电视,用幽默的标尺去审视、衡量、评估电视节目,使之美学品位更高,更为受众喜闻乐见。

前者是“幽默电视化”,后者是“电视幽默化”,二者构成了《电视幽默论纲》的主旋律和主题词。

当然,这一领域在此书出版之前也并非完全无人问津。作者本人以及一批电视艺术、喜剧美学工作者曾写过有关文章,我本人在《世界喜剧艺术概观》(香港新世纪出版社1992年出版)一书中,也辟有“喜剧电视”的专章加以探讨。而《电视幽默论纲》的价值则在于:

第一,将此前人们对电视中喜剧因素的零散的探索系统化,感性的认识理性化,杂乱的思考规范化。特别是创造性地以“电视幽默”的概念来取代“电视喜剧”,大大拓宽了其外

延,为喜剧电视剧、喜剧电视小品、动画片等几个品种之外的众多喜剧性电视体裁进入本课题的研究视野奠定了基础。因此,可以说,《电视幽默论纲》的问世创立了喜剧美学在艺术体裁方面一个新的分支学科,具有填补空白和开拓领域的意义。

第二,对“电视幽默”提出了总体的学科框架。特别是对电视幽默的分类、体裁与手段、传者与受者比较系统的研究,使“电视幽默”初见学科形态之雏形。

第三,引进多种学科知识,对“电视幽默”进行了综合性、交叉性的透视和研究。除创造性地运用了喜剧美学的一系列基本理论之外,还与文艺学、幽默心理学、幽默语言学、艺术语言学、方言学、修辞语法学、广播电视学、电视美学、电视新闻学、信息论、广告学、音乐音响学等各门学科进行比较性考察,使本书广泛吸收当代人类最新的研究成果和科技信息,在诸多学科的交汇点和边缘处做文章,广采百家之精英,试立一己之体系。

第四,提供了自80年代初至90年代中叶十余年间我国电视幽默的系统资料,在进行“电视幽默”理论探讨的同时,几乎可以说提供了一部本世纪末中国电视幽默的断代史。

第五,运用散文笔法和幽默笔调来撰写幽默学术著作,不仅增强了电视幽默理论的可读性,使之更易为广大读者所接受,而且通过将“叙述的艺术”变成“艺术的叙述”,使叙述的形式与叙述的内容珠联璧合,相得益彰,从而为喜剧美学理论著作的撰写提供了一种富有挑战性和诱惑力的方式。

如果说本书有什么不足的话,我以为最重要的一条也

许在于,由于作者所从事的是一项前所未有的“圈地运动”,圈地心切,又无旧辙可循,且涉及多种领域的多门学科,因而在全书的总体结构上似有某种力不从心之感。其表现,一是前后复重较多;二是有些地方过于细琐,分多统少,失之零碎,在一定程度上衰减了学术的整合力和冲击力;三是对相关学科的涉猎广而不精,博而不深,多少降低了本来可以达到的学术高度和深度。这有点像一位短篇小说作家首次写长篇,驾驭起来难免顾此失彼。好在杨斌还年轻,“电视幽默”也还年轻,相信有此书垫底,来日再去圈地想必会有长进,最现成的例子就是《电视幽默论纲》在《电视幽默论》初版本的基础上,加以增补修订,实现了可喜的超越。

末了,我愿再一次郑重地向学术界、艺术界的朋友们,推荐我未曾谋面的青年同行、天津广播电视局青年学者杨斌这部处女作的增订本。我很高兴,中国的喜剧美学资料库又添一本有才气、有品位、有新意的力作,中国的喜剧美学新军又多了一位有心的“摸象人”。

1997年4月30日于
陕西省艺术研究所

既出且然

讀楊武堂視出點論書
以照印山乙亥北



目 录

幽默电视化 电视幽默化

——《电视幽默论纲》序	陈孝英(1)
绪 论	(1)

上篇 电视幽默概说

第一章 幽默界说	(9)
第一节 幽默的定义	(10)
第二节 幽默与喜剧的关系	(11)
第二章 电视幽默界说	(14)
第一节 电视幽默的定义	(14)
第二节 电视幽默探源	(16)
第三节 电视幽默与电视喜剧的关系	(18)
第四节 电视幽默的特点	(21)
第五节 电视幽默及其研究的目的与分类	(35)

中篇 实现电视幽默的途径

第一章 电视幽默的生成流程	(41)
第二章 电视幽默手段	(43)

第一节 普通幽默手段	(44)
别字法	(44)
衬跌法	(47)
重复法	(52)
对比法	(57)
倒置法	(64)
仿拟法	(70)
反语法	(80)
荒诞法	(84)
精细法	(87)
夸张法	(92)
矛盾法	(101)
模仿法	(105)
浓缩法	(117)
巧合法	(121)
双关法	(126)
释义法	(132)
替代法	(140)
误会法	(145)
谐音法	(153)
析词镶嵌法	(160)
移用法	(164)
押韵法	(177)
杂糅法	(181)
小结	(186)

第二节 特殊幽默手段之一	
——语言符号系统	(187)
有声语言	(188)
方言	(195)
字幕	(206)
第三节 特殊幽默手段之二	
——非语言符号系统	(210)
服装	(210)
道具	(220)
形体语言	(226)
化妆	(238)
第四节 特殊幽默手段之三	
——电视幽默的“辑”与“编”	(242)
第五节 电视幽默的声画配比及节奏	(251)
第六节 电视幽默诸手段的综合运用	(264)
第三章 电视幽默的体裁	(269)
第一节 电视幽默体裁简说	(269)
第二节 电视幽默的独立体裁	(273)
电视广告	(273)
公益广告	(301)
时装表演	(305)
舞蹈	(312)
电视新闻	(318)
戏曲节目	(322)
电视相声	(326)

喜剧小品	(335)
电视音乐	(347)
杂技魔术	(356)
第三节 电视幽默的特殊体裁之一	
——准电视幽默形式——电视喜剧电影	(361)
第四节 电视幽默的特殊体裁之二	
——竞赛节目	(366)
第五节 电视幽默的综合体裁之一	
——晚会节目	(374)
第六节 电视幽默的综合体裁之二	
——综艺专栏节目	(387)
第七节 电视幽默与节目主持人	(391)
第八节 电视幽默的点、线、面、体	(404)
第九节 电视幽默体裁的融合	(411)
第四章 电视幽默与表演方式	(420)
第一节 电视幽默的表演与演员	(420)
第二节 电视幽默的特殊表演方式之一	
——客串	(424)
第三节 电视幽默的特殊表演方式之二	
——反串	(431)
第四节 电视幽默的特殊表演方式之三	
——准表演方式——观众参与	(439)
第五节 电视幽默的特殊表演方式之四	
——大汇串	(443)

第五章 电视幽默与思维方式	(445)
第一节 电视幽默与正向思维	(445)
第二节 电视幽默与侧向思维	(447)
第三节 电视幽默与逆向思维	(451)
第六章 电视幽默意识与氛围	(460)
第一节 电视幽默意识	(460)
第二节 电视幽默氛围	(466)
第七章 电视幽默的客体	(470)
第八章 电视幽默与丑及趣	(480)
第一节 电视幽默与丑	(480)
第二节 电视幽默与趣	(486)
第九章 电视幽默大交响(中篇结语)	(492)

下篇 电视幽默的受体与效果

第一章 电视幽默的受体	(497)
第二章 电视幽默的效果	(508)
第一节 影响电视幽默效果的因素	(508)
第二节 电视幽默的时效模式	(516)
第三章 电视幽默的评价标准	(521)
第四章 电视幽默与笑	(526)
第一节 电视幽默与笑的关系	(526)
第二节 电视幽默的自为之笑与自在之笑	(531)

附录：

幽默论从笑中来——读《电视幽默论》	张庆常(537)
跋	沈国华(541)
后记	(543)
参考书目	(546)

绪 论

“电视幽默”，偏正词组，“电视”修饰“幽默”，类似于“电视新闻”、“电视剧”。要讨论电视幽默，需先从“幽默”说起。

提到幽默，虽系外来词，但大概人们都不陌生，可是要找到一个能够获得广泛认可和通用的定义却并不容易。不过，可以笼统地这样说，幽默是人的特产，是人类智慧的灵光，对幽默的摄入量和释放量可以折射出一个人乃至一个国家、一个民族的文明程度。生活中充满幽默，生活中更需要幽默。

那么，不妨以笔者个人对幽默的粗浅理解来作为一种参照。

幽默，以可笑的形式或方式来表现富于情趣、智慧和美的生活内容，从中反映出审美主体感悟、欣赏和表达这些生活内容的能力。幽默属于审美范畴。本书从电视的实用宣传和电视艺术中探讨从总体上把握的“电视幽默”的审美特征。

以往人们所留心 and 关注的幽默媒体与体裁是文字语言、图画语言等记录方式，而当电视——这一现代化社会最重要的传播媒介渐领风骚并广泛普及之后，幽默媒体便逐渐向电