

辽宁省高等教育自学考试指定教材

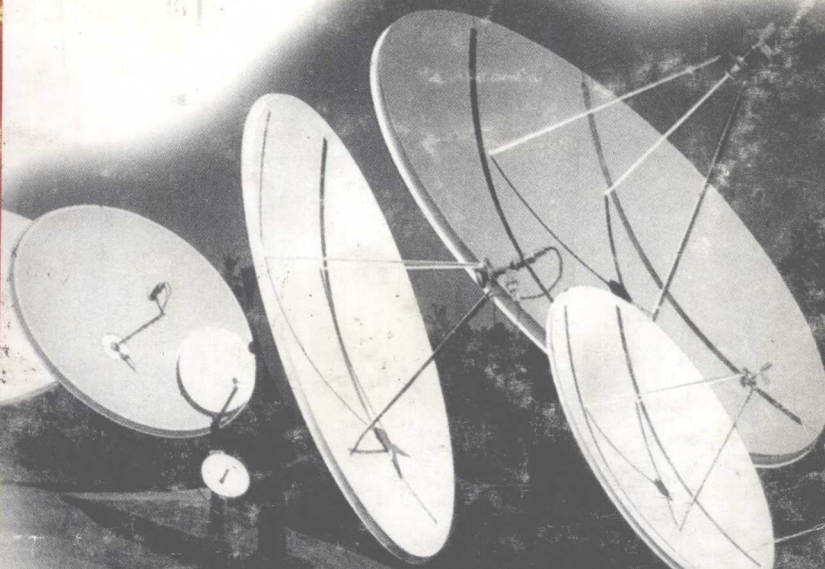


电视文艺学

辽宁省高等教育自学考试指导委员会 组编

文 言 著

辽宁师范大学
出版社



DIANSHIWENYI

国家出版集团图书出版规划教材



第三版

电视文艺学

王 世 著

中国传媒大学出版社
CHINA UNIVERSITY OF
MEDIA AND COMMUNICATIONS PRESS



DIANSHI WENYI XUE

辽宁省高等教育自学考试指定教材

电视文艺学

辽宁省高等教育自学考试指导委员会组编

文言 著

辽宁师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视文艺学/文言著. —大连:辽宁师范大学出版社,

2002.3

ISBN 7-81042-531-5

I. 电... II. 文... III. 电视-艺术理论

IV. J90

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 016629 号

辽宁师范大学出版社出版

(大连市黄河路 850 号 邮政编码 116029 电话:0411-4206854)

普兰店第一印刷厂印刷

辽宁师范大学出版社发行

开本:850 毫米 × 1168 毫米¹/32 字数:276 千字 印张:11

印数:1 ~ 3500 册

2002 年 3 月第 1 版

2002 年 3 月第 1 次印刷

责任编辑:邓丽萍

责任校对:高悦心

封面设计:李小曼

版式设计:孟 冀

定价:16.50 元

如有印装质量问题,请与本社营销部联系。

版权所有,不得翻印,举报电话:4206854,4258695。

本书编委会

主 任:何晓纯

副主任:王新民 陈友常

委 员:(按姓氏笔画为序)

马 强 尹久恒 冯景平 朱荣辉

吴宏伟 李长江 高庆福 徐大铨

目 录

第一章 电视文艺的本质特征.....	1
第一节 电视文艺在电视信息传播中的位置.....	1
第二节 电影、广播、电视和电子计算机四者的兼容关系.....	4
第三节 电视文艺的本质特征.....	7
第二章 中外电视文艺的发展历程	19
第一节 美国电视娱乐节目的发展历程	19
第二节 中国大陆电视文艺节目的发展历程	25
第三节 中国台湾电视娱乐节目的发展历程	34
第三章 电视文艺的视觉元素	46
第一节 镜头的含义和种类	46
第二节 画面的运动与构图	56
第三节 画面的光效与色彩	59
第四章 电视文艺的听觉元素	64
第一节 声音的意义	64
第二节 电视文艺的听觉分析之一:语言.....	68
第三节 电视文艺的听觉分析之二:音响效果.....	84
第四节 电视文艺的听觉分析之三:音乐.....	89
第五章 电视文艺的剪辑	95
第一节 剪辑的背景理论	95
第二节 时间的剪辑.....	103

第三节	节奏的剪辑·····	105
第六章	电视文艺的样式之一:电视剧·····	107
第一节	电视剧的定义与分类·····	107
第二节	电视剧本的形成·····	111
第三节	戏剧化——电视剧本创作的重要原则·····	117
第四节	电视剧的典型样式之一:肥皂剧·····	120
第五节	电视剧的典型样式之二:情景喜剧·····	132
第六节	电视剧的典型样式之三:情节系列剧·····	137
第七节	电视剧的重要艺术资源:文学作品的改编·····	140
第七章	电视文艺的样式之二:音乐电视·····	145
第一节	音乐电视的含义·····	145
第二节	音乐原作与电视画面·····	149
第三节	音乐电视的拍摄和制作·····	161
第八章	电视文艺的样式之三:娱乐节目·····	164
第一节	娱乐的观念·····	164
第二节	电视娱乐节目的内容分析·····	172
第三节	游戏竞技式节目·····	180
第四节	综艺式节目·····	187
第五节	博彩式节目·····	190
第六节	娱乐谈话式节目·····	194
第七节	喜剧——电视娱乐节目的特质·····	199
第九章	电视文艺的样式之四:电视文学作品·····	214
第一节	电视散文·····	214
第二节	电视诗歌·····	218
第三节	电视散文和电视诗歌的创作特征·····	220
第十章	电视文艺的样式之五:电视文艺晚会·····	224
第一节	电视专题文艺晚会·····	224
第二节	春节联欢晚会·····	232

第三节 电视文艺晚会的结构·····	243
第十一章 电视文艺典型作品的个案解读·····	250
一、肥皂剧《渴望》的评析·····	250
二、情景喜剧《我爱我家》的评析·····	257
三、情景喜剧《成长的烦恼》的评析·····	268
四、电视连续剧《红楼梦》的评析·····	275
五、电视连续剧《水浒传》的评析·····	281
六、音乐电视(MTV)作品《黑与白》、《爱的代价》和 《珠穆朗玛》的评析·····	287
七、娱乐谈话节目《锵锵三人行》的评析·····	316
八、电视散文《天驹》的评析·····	323
附 《电视文艺学》自学考试大纲	
自学考试大纲·····	333
考试题型举例·····	339
自学考试大纲后记·····	340

第一章 电视文艺的本质特征

第一节 电视文艺在电视信息传播中的位置

什么是电视文艺？这本来是我们非常熟悉的一个范畴。人们马上会想到电视剧、音乐电视、综艺晚会、电视散文、电视戏曲、电视歌舞等等。

对于全国的电视机构来说，从中央电视台到城市电视台，“文艺中心”或者“文艺部”从来都是这些电视机构中的一个重要的业务部门。

对于优秀的专业电视文艺工作者来说，专门颁给他们的全国性奖项——中国电视文艺“星光奖”从1988年开始，也颁发了十余年。

可见，电视文艺这个词的含义，不论是对于中国电视观众，还是中国专业的电视工作者都是非常地熟悉了。

但是，读过许多的国内学者关于电视文艺的著述后，我们就会发现这样一个现象：电视文艺这个词仅仅属于中国。也就是说，在中国的电视理论工作者所写出的各种关于“电视文艺”的论述，无论是谈史，还是谈业务，一般都是只谈中国的电视文艺的历史和中国电视文艺的业务。

为什么不谈谈外国人对于“电视文艺”的认识？为什么不概述一下国外“电视文艺”的发展脉络？对于电视这个于中国说来是个“舶

来品”的事物，中国电视理论界的这个现象就值得思考了。

在1990年10月召开的中国电视文艺二十年的研讨会上，中央电视台编导郎昆说：“电视文艺这个提法只在中国有，在影视艺术比较发达的国家却没有这么一个词。在这些国家有电影电视、有电视戏剧，但是没有电视文艺这个词。”

为什么国外没有电视文艺这个词呢？这里我们首先应该看看国外关于电视节目的分类方式。

以美国电视业的分类为例，美国的电视节目通常分为三个类别：

1. 新闻类
2. 广告类
3. 娱乐类

在美国的电视娱乐节目中，包括下列节目形式：

1. 电视剧（黄金时段电视剧、情景喜剧、日间肥皂剧）；
2. 综艺节目（晚会、游戏、杂耍等）；
3. 谈话节目（以非新闻评论为主的“脱口秀”）；
4. 猜奖节目（各种博彩类节目）；
5. 体育节目（体育赛事转播和报道）；
6. 真实节目（家庭录像、冒险、警匪等实录）；
7. 儿童节目（卡通剧、木偶剧、儿童游艺等）；
8. 音乐节目（音乐电视等）。

从上面的分类我们可以看出，在美国和西方，其“娱乐节目”包含着中国电视的社教专题类节目，也包含中国电视的文艺类节目。我们所说的“电视文艺”节目，在美国和西方是“电视娱乐”的一个组成部分。

从中国的电视节目的分类方式上看，中国的电视节目分为四大类：

1. 新闻类
2. 广告类

3. 社教类

4. 文艺类

从中外电视节目的分类比较来看,娱乐是国外电视节目的一个十分重要的概念,这是国外社会政治经济的文化体现,也是国外电视长期市场化和商业化的结果。而在中国,除自身的文化观念外,中国电视和中国其他大众传播媒介的宣传特征,都使娱乐只能成为一种“寓教于乐”的手段。从这里出发,娱乐在中国的大众传播媒介里便只能为文艺这一严肃的概念所取代。

文艺可以成为一种手段、一种途径,而娱乐却具有目的的特质。

文艺本身没有市场价值,文艺产生的娱乐因素,才具有永恒的市场价值。

电视文艺的概念是一个中国化的概念,又是一个需要世界电视艺术相融会的概念,是一个在新的时代需要发展的概念。

电视文艺是一个庞杂的电视节目种群,当我们把娱乐的因素融入其中,并把这个因素放在一个本质地位后,我们就会发现,这个种群就会产生极大的拓展。在这种电视文艺的概念之下,电视化的文学、电视化的艺术、电视化的所有的能够使人愉悦的行为、电视化的一切非物质功利性质的文化活动都将成为电视文艺家族的成员。

认识娱乐,把电视娱乐概念融于电视文艺的概念之中,并把电视娱乐视为电视文艺的本质,从而拓展中国电视文艺的内涵和外延,这是中国电视文艺工作者精神领域的正在进行的一次伟大革命!

这里,我们对电视文艺的概念就会产生一个初步的认识:电视文艺的概念中必须包含娱乐的特质。

第二节 电影、广播、电视和电子计算机 四者的兼容关系

现在的电子产品的广告里,有一个常用的词:“向下兼容”。

用“向下兼容”这个词来描绘电影、广播、电视和电子计算机四者的关系是一个非常形象的比喻;同时,从四种 20 世纪最重要的大众传播媒介的“向下兼容”的现象出发,又是认识电视这一传播媒介本质的最佳路径。

整个 20 世纪,大众传播媒介的主流,就是电影、广播、电视和电子计算机相继诞生而又“向下兼容”的过程。

概括地说,20 世纪的前 50 年,是广播的时代;20 世纪的前 80 年,是电影的时代;20 世纪的后 50 年中的前 40 年,是电视的时代;20 世纪的最后 10 年,是电子计算机时代的开始。

从 1895 年意大利人马可尼和俄罗斯人波波夫的无线电技术的发明到 20 世纪 20 年代广播的诞生;从革命导师列宁对广播的“不要纸张,没有距离”的赞叹,到法西斯主义者在电台麦克风前的声嘶力竭;从日本关东大地震时人们从失火的家里首先抱出的收音机,到美国记者默罗的那震撼人心的“这里是伦敦”的广播。广播经历了 20 世纪的最动荡最具有新闻需求的前半叶,但在电视面前,它突然失去了往日的风采,人们发现,除了听音乐、晨跑和坐车,电视几乎拥有了广播的所有优势。

面对电视对广播的吞噬,理论工作者最合理的解释:并不是谁吃掉了谁,电视也是一种广播,只不过它在具有了广播的一般功能外,还多了一些功能。

在这次“向下兼容”中,电视“视听”功能兼容了广播的单纯“听”的功能。

这种观点可以说是 20 世纪大众传播媒介“向下兼容说”的第一个佐证。

电视不仅仅“兼容”了广播,它又同时“兼容”另一个极有魅力的媒介——电影。

电影和广播同是近代光电科学献给 20 世纪的最漂亮的两个婴儿。卢米埃尔兄弟在巴黎的地下室里放映出《工厂大门》、《火车进站》和《水浇园丁》时,全世界的人都在黑暗中睁大了眼睛,人类梦幻般地看到了自己。当人们丢开华丽的歌剧院的包厢,忘记剧中的起承转合的完整故事,而钻到地下室去观赏仅仅只有几分钟的电影时,50 年后加拿大人麦克卢汉的“媒介即信息”的命题,得到了充分的证明。

电影,创造了一个无比美好的形象世界。尽管作为大众传播媒介,电影已经在五十多年前就走向没落了,但一直到今天,人们都不愿承认它的没落,不愿意把电影看成美丽的夕阳。

在西方的 60 和 70 年代,在中国的 80 年代,电视如日中天地夺走了电影的光芒。电影有点像当年的歌剧,电影院有点像当年的歌剧院,门可罗雀。

在这个时候,艺术理论和传播理论的研究者们开始不甘心于把电影与电视看成第七艺术和第八艺术了。在 80 年代的中期,我在报刊和后来的《电视艺术的走向》一书中,论述了源于匈牙利电影学家贝拉巴拉兹的观点:电影电视同源论。

电影电视同源论的核心观点认为,电影、电视因采用相同的语言而同属于视听媒介,电视是以更大的文化兼容度,兼容了电影;电影不过是电视的一个光电时代的先声产品。

在这次“向下兼容”中,电视先进的“视听”功能兼并了电影落后的“视听”功能。

这是 20 世纪大众传播媒介“向下兼容说”的第二个佐证。

这个观点的新颖度在阐述后不久,就遇到了挑战。这个挑战者就是飞也似发展起来的电子计算机,特别是它的网络世界。

在电子计算机和它的网络世界里,电视马上就呈现出一种不可逃避的颓意。这时,我们就又一次看到了前面已经发生在广播、电影身上的旧媒介为新媒介所兼容的现象。当年,发生在广播和电影那里的无奈,今天落到了电视的身上。同时,陪着电视一起倒霉的还有报刊。

在电子计算机和它的网络世界里,电脑的无与伦比的巨大的物质和文化的兼容度,使溶解了广播和电影的电视,溶解于电脑的超级物质和文化的溶液之中。

今天的电视曾经让昨天的广播变成了它的声音部分;

今天的电视曾经让昨天的电影变成了它的文化传播系统中的艺术门类之一;

今天的电视又成为了明天的电脑网络大系统中的一个小小的视听子系统。

在这次“向下兼容”中,电脑的“视听读”功能兼容了电视的“视听”功能。

这是 20 世纪和 21 世纪大众传播媒介“向下兼容说”的第三个佐证。

这里,我们对电视和电视文艺的概念便有了一个进一步的认识:对电视和电视文艺的概念的思考,必须要把电脑的功能特别是电脑网络的兼容因素包含其中。否则,这个电视和电视文艺的概念都只能是短视的概念。

第三节 电视文艺的本质特征

从我们对娱乐和文艺的认识上,我们认为,必须把娱乐因素融入电视文艺的概念之中。

从我们对电影、广播、电视、电脑的兼容现象的分析中,我们就应该认识到,传统的电视的概念在兼容中必然发生着巨大的变化;传统的电视文艺概念也必然随着电视的本体的变化而产生外延和内涵的巨大变化,这样,我们又必须把已经变化的媒介特征放在电视文艺的概念之中,必须把电脑和特别是电脑网络的因素置于对电视文艺的概念分析中。

也就是说,我们在今天重新审视电视文艺的概念的时候,在我们还没有用电视娱乐的概念来替代电视文艺的时候,我们应该把娱乐的因素和电子计算机互动的因素置于电视文艺的概念之中。

在这种变化下,我不久前在“新浪”的聊天室里跟一位专业同仁谈到我对“电视文艺”的新的理解:

“电视文艺,是以传播人类娱乐类再生信息为核心内容的并以现代信息传播系统为依托的视听节目种群。”

这位朋友立刻就提出了他的疑问:“那么电子游戏也是电视文艺的一个形式了?”

我回答:“是的,如果明天的电视台只是电脑网络公司的一个视听部门的话,由它来制作电子游戏,并开辟互动式电子游戏的栏目,这有什么不可以呢?再说,就是在今天,我们也可以在北京市电视台等媒介中看到用电话互动参与的电子游戏节目。”

在加入上述两个新的要素后,我们来重新确定电视文艺的本质

特征。

电视文艺的本质特征：

一、娱乐性

美国学者威廉姆·斯蒂芬森在《大众传播的游戏理论》一书中写道：大众传播是一种游戏，是普通人在业余时间以主体性的方式进行自由体验的一种娱乐。这虽然不是传播学的主流理论，但却引起了越来越多的关注。游戏的特性表现在游戏的目的性和活动本身无理由，自发的自动性，它真正体现了生活的本意——一种自发、自由的创造性活动。游戏实际上是一种令人愉悦的生活方式，也是一种艺术的创造形式。

电视文艺作为电视艺术的主要载体，它自然要承担起愉悦观众的任务。从电视剧、戏曲到各类晚会、音乐会，再到五彩缤纷的综艺栏目，它们无一不在使出浑身解数去娱乐观众。

1. 电视剧的娱乐性

不管你何时打开电视，总会有一部甚至多部电视剧在等待你的欣赏。需求决定着生产，庞大的电视剧产量的背后是庞大的收视群体。观众自愿从现实的压抑中逃离，进入电视所创造的特定时空去求得宣泄和解脱。在这个虚拟的世界中，观众可以暂时忘却现实的烦恼，可以伴着剧中的主人公欢笑、悲泣。每个人都可以倾国倾城、富贵无边；每个人又都可以坚强勇敢、刚正不阿。近年来涌现了大批优秀的电视剧作品。它们之所以受欢迎，或多或少都满足了观众娱乐和宣泄的需要。宫闱剧满足了平民的贵族情结；言情剧则是纯真爱情与婚姻道德的皆大欢喜；战争剧圆了多少男儿的战争梦；家庭剧赚取了多少女人的伤心泪。电视剧对观众的情感作了补偿，让他们在电视上投射自己的心影，替代欲望的满足，释放压抑的能量，最终达到娱乐的目的。

提到电视剧的娱乐性,就不能不提室内情景喜剧。《编辑部的故事》、《我爱我家》这类喜剧从形式到内容更加注重娱乐的效果。在每个“抖包袱”外都预先灌制了观众的笑声,使独自在家收看的观众同样受到感染,开怀大笑。

2. 音乐节目的娱乐性

娱乐并不是一个新名词,它的渊源恐怕要追溯到人类诞生之时。电视出现之前,人们同样需要各种方式来消磨空暇。于是人们阅读、看戏、博弈、演奏、骑射等等,这些娱乐都不可避免地要受到主客观的限制。而电视所提供的娱乐是极其轻松的,不需要什么心理负担,这既表现在电视节目的内容上,也表现在观众的接受形式上。

观赏戏剧、音乐会都可以算得上高雅的娱乐方式。但如果观众在演出现场聆听美妙的音乐,首先要着装整洁(在国外不着礼服就有可能被拒之门外),其次要严肃端庄,不得喧哗(更不用说吃东西了),第三还要彬彬有礼,在规定的时间内要鼓掌致谢。这不再是一种单纯的娱乐,而且这一切往往会使我们感到不再快乐。

在电视机前,情况就不一样了。尽管电视中播放的是在维也纳金色大厅中举行的新春音乐会,观众仍可以将脚支在桌上,系着围裙去欣赏。这种无拘束的轻松是电视带给我们的。在电视面前,人人可以平等。平等地收看各种高雅的或通俗的节目,并且不会因此而受到嘲笑。

3. 谈话节目的娱乐性

在电视时代,“脱口秀”(谈话节目)的盛行并不是偶然的。不论在哪个时代,人们都需要思想和精神的交流。而在现代社会,由于人与人之间日益封闭和隔离,大众感到孤独,感到压抑;同时人们不再愿意为一些也许不值得的闲聊奔波数里,费时费力。于是电视屏幕成了一个好的选择。为什么有那么多的人愿意表现自己,甚至不惜暴露隐私?为什么观众愿意花费大量的时间去倾听与己毫不相干的人的倾诉?因为这里有一种普遍的要求,那就是无功利的、快乐的交