

广播电视艺术系列教材

总主编 王晓玉

中国经典电视节目 评析

◀◀◀ 满 方 杨海燕 编著



上海外语教育出版社 SHANGHAI FOREIGN LANGUAGE EDUCATION PRESS

广播电视艺术系列教材

总主编 王晓玉

中国经典电视节目 评析

“” 满方 杨海燕 编著



上海外语教育出版社 SHANGHAI FOREIGN LANGUAGE EDUCATION PRESS

图书在版编目(CIP)数据

中国经典电视节目评析/满方, 杨海燕编著. —上海:
上海外语教育出版社, 2007

(广播电视艺术系列教材/王晓玉总主编)

ISBN 978-7-81095-951-3

I. 中… II. ①满…②杨… III. 电视节目—评论
—中国—教材 IV. G229.23

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第001659号

出版发行: 上海外语教育出版社

(上海外国语大学内) 邮编: 200083

电 话: 021-65425300 (总机)

电子邮箱: bookinfo@sflap.com.cn

网 址: <http://www.sflap.com.cn> <http://www.sflap.com>

责任编辑: 徐国华

印 刷: 南通先锋印刷有限公司

经 销: 新华书店上海发行所

开 本: 850×1168 1/32 印张 10.625 字数 302千字

版 次: 2007年4月第1版 2007年4月第1次印刷

印 数: 3500册

书 号: ISBN 978-7-81095-951-3 / G·485

定 价: 17.50元

本版图书如有印装质量问题, 可向本社调换

广播电视艺术系列教材编委会

主任：王晓玉（华东师范大学）

委员：（以姓氏笔画为序）

王志敏（北京电影学院）

孙祖平（上海戏剧学院）

严三九（华东师范大学）

李亦中（上海交通大学）

张同道（北京师范大学）

星 亮（暨南大学）

格 非（清华大学）

董小玉（西南师范大学）

雷跃捷（中国传媒大学）

总序



新兴学科理论 的构建方兴未艾

广播电视艺术的发生和发展,是人类文明日渐发达的必然结果,催生剂是电磁电子技术的应用和推广。世界广播媒介出现于20世纪20年代,电视媒介出现于20世纪30年代。至50年代之后,广播与电视行业迅速发展,信息的远距离、直接、快速传播,打破了时间和空间的限制,改变了社会信息系统,使人类进入了一个前所未有的信息社会。作为媒介,广播电视最初仅以传播新闻信息为其主要功能。随着接受需求的与日俱增,源远流长的文学艺术很快与广播电视结缘,形成了丰富多彩的艺术样式,如广播剧、电视剧、广播音乐、电视音乐、广播戏曲、电视戏曲、广播文学、电视文学等,广播电视艺术亦应运而生,并因其显现出独特的艺术个性和美学风貌,被称作是继诗歌、音乐、绘画、雕塑、建筑、舞蹈、戏剧、电影之后的一种受众面极广、影响力极大的新的艺术形态。

作为社会文艺形态的重要组成部分,广播电视艺术在人类文明的推进中起着难以替代的作用。它具有与其他艺术紧密结合、一方面借助其他艺术完成自身发展、一方面又作为其他艺术的传播载体使之进一步发扬光大的特性,因此而推进了人类文明向更高层次提升。它不仅加快了艺术传播的速度,开阔了艺术传播的疆域,而且沟通了接受传播的人群,同时还因其大众普及的效能,模糊了施者与受者之间的界限,填平着国域与种族之间的沟壑,促使更多的个体和群体从接受者向传播者转化,加速推动了全球

一体化的进程。广播电视艺术丰富了人类的艺术宝库,已经成为人类不可或缺的精神生活内容之一。

广播电视艺术的客观存在及其日益显现的对社会、政治、物质、文化、精神缔造等各层面的重大影响,促成了广播电视艺术学作为一门独立科学的构建和发展。在实践基础上形成的相关理论公认,广播电视艺术学是一门由艺术与电子技术相结合而产生的、具有大众文化特性的艺术类学科,主要包括基础理论研究、应用理论研究和比较研究三大内容。通常说来,基础理论研究包括广播电视艺术理论研究、广播电视艺术史研究、广播电视文艺学研究、广播电视艺术美学研究、广播电视文艺传播研究、视听文化研究等;应用理论研究包括广播文艺创作及理论研究、广播剧创作及理论研究、电视剧创作及理论研究、广播电视文艺编导艺术及技术研究、广播电视节目制作艺术及技术研究、摄影摄像艺术研究、广播电视音乐音响研究、电视美术设计研究等;比较研究则包括外国广播电视艺术研究、中外广播电视艺术比较研究等。学科的创建和相关研究的不断发展,也从理论上总结和引导了实践。

我国的广播电视艺术起步较晚,发展也相对迟缓,尤其在学科建设上有过一段较长的封闭停滞期。自20世纪70年代之后,情况发生了改观。应和着广播电视业的飞速发展,理论研究在一些专门院校迅速开展,并很快形成了两个主要学派:一为以高鑫先生为代表的“艺术派”,从艺术产生的历史必然入手,首先界定“广播电视艺术”为一种艺术门类,进而将广播电视艺术划分为电视文学、电视艺术片、电视剧和电视综艺四大类,并对之进行理论评析。另一为以张凤铸先生为代表的“文艺派”,其主要观点是抓住电视产生的广播背景和广播电视的传媒本性,沿用“文艺”的广义,将作为艺术的电视名之曰“电视文艺”,继而细分出包括电视剧在内的十多个类别,与“广播文艺”并列。数十年来,这两派理论研究者各领风骚,深刻影响着广播电视艺术的创作和理论构建。

随着高校广播影视专业尤其是电视专业的数量不断增加,广播影视教材的出版也开始打破了20世纪前半叶规模小、选题窄、

影响弱的特点。自1985年北京广播学院出版社开始陆续出版国内第一套广播电视艺术专业教材《电视节目制作丛书》之后,相关专著的出版进入前所未有的发展期。据本人所知,1995年北京师范大学出版社出版了《电视学系列教材》;1997年12月北京广播学院出版社出版了《电视艺术丛书》;2000年3月北京广播学院出版社出版了《实用影视艺术丛书》;2002年1月中国广播电视出版社出版了《21世纪中国影视艺术丛书》;北京广播学院出版社则在2002年之后连续推出了《电视节目制作专业函授教材》、《电视节目制作专业教程》、《中国电视文艺20年系列》、《电视及电视剧系列教材》、《中美影视专业同步教材》、《影视音乐教材》等8个系列近70个品种,其规模和数量均居全国之首。专著和教材的加速面世,一方面彰显出了我国理论队伍在数量上的扩展和质量上的提高;另一方面,也是适应着近十多年来我国高校广播电视学科布局进入高速扩容阶段的需要。据统计,至2003年底,全国共有270多所高校开办了广播影视院系或相关专业,而大批民办高校和培训机构还未计算在内。一门新兴的学科有相对广博的基础应视之为好事,但大跃进的现象还是带来了问题。在若干亟须解决的问题中,成熟并系统的教材的缺失尤为突出。诸多高校同仁和理论研究者共同不懈努力,都是为了解决现实教学困难,并进一步构建系统的学科理论。毕竟,这是一门诞生至今方近百年的新兴学科,其建设还只是在方兴未艾之期。

正是出于参与建设的朴素目的,我们在卓有远识的上海外语教育出版社的大力支持下,力邀10余名多年从事相关教学及研究的高校教师编撰了本套丛书,并由多所广有影响的高校近10位资深教授组成编委,对书稿进行审读和修改。从构思到组织到编成,本丛书前后历时近四年,其中多本已经过几个学期的教学使用。丛书虽经殚精竭虑作成,但还是基于教学迫切需要,仓促推出,难免有诸多不尽如人意之处,祈盼不吝指教。

王晓玉

2005年夏于费城

目 录



1 绪 论

6 第一章 综艺节目

- 第一节 《春节晚会》 10
- 第二节 《幸运 52》和《非常 6+1》 19
- 第三节 《非常男女》和《相约星期六》 28

37 第二章 经济节目

- 第一节 《中国财经报道》 38
- 第二节 《经济半小时》 49
- 第三节 《财富人生》 61

72 第三章 专题节目

- 第一节 《艺术人生》 73

94 第四章 纪录片节目

- 第一节 纪录片《沙与海》 95
- 第二节 纪录片栏目《千禧之旅》 99

第五章 新闻节目

110

- 111 第一节 《焦点访谈》
- 126 第二节 《新闻调查》
- 136 第三节 《东方时空》
- 150 第四节 《凤凰早班车》
- 158 第五节 《本周》
- 172 第六节 《锵锵三人行》

第六章 电视剧节目

187

- 189 第一节 早期电视剧《渴望》
- 192 第二节 名著改编《围城》
- 195 第三节 家史剧《大宅门》
- 198 第四节 历史剧《雍正王朝》
- 200 第五节 青春偶像剧《粉红女郎》
- 202 第六节 革命题材《激情燃烧的岁月》
- 206 第七节 情景喜剧《编辑部的故事》和《我爱我家》

第七章 科普教育节目

210

- 214 第一节 《科技博览》
- 223 第二节 《人与自然》

第八章 军事法制节目

232

- 232 第一节 《军事天地》
- 239 第二节 《今日说法》

第九章 音乐戏曲节目

253

- 253 第一节 《中国音乐电视》
- 261 第二节 《同一首歌》

第三节 《相约花戏楼》	272
-------------	-----

280	第十章 体育节目
-----	----------

第一节 《体育新闻》	282
------------	-----

第二节 《足球之夜》	305
------------	-----

第三节 《天下足球》	313
------------	-----

329	参考书目	329
-----	------	-----

330	后记	330
-----	----	-----

绪 论

电视是一种传播多种信息的媒介,电视节目就是其表现形态。随着全国各地电视台的成熟与发展,电视节目的形态也日益多样化,体育节目、综艺节目、新闻节目、专题节目和各种类型的电视剧,吸引了越来越多的观众坐在电视机前,电视已经成为人们日常生活不可或缺的组成部分,它带给广大观众的是生活方式的一次又一次欢欣鼓舞的变革。

随着改革开放的时代大潮风起云涌,中国社会从 20 世纪 80 年代中期开始就进入了前所未有的经济大变革时期,社会文化越来越呈现出多元化发展趋势,人们的价值取向和文化消费口味也不断发生变化。进入 90 年代以后,大众文化快餐精彩纷呈,娱乐化、世俗化趋向波及到大众文化的各个层面,而电视节目作为文化与商业相结合的一种文化形态,首当其冲地受到了冲击和影响。

在科学技术上,全球经济的快速发展推动了电子技术的不断突破,网络的出现使电视面临着新兴媒体的挑战,电视业的内部竞争也随着卫星电视的出现而趋于激烈。内外双重竞争压力的加剧加快了电视在十余年的时间的改革步伐。

综观近十年来中国电视栏目的改革和发展,大致可总结为以下几点:

一、新闻节目深度化

在深化改革的时期,作为电视节目的主要内容,新闻再一次受到广泛关注。1992 年底,国家广播电视主管部门多次强调在新闻报道内容上,要适应社会主义市场经济新体制的建设,努力适应听众观众,要更好地服从、服务于经济建设这个中心,加大改革开放和现代化建设的报道。为了更好地适应形势的发展,适应受众的需要,新闻节目的内容和形式都进行了大幅度的改革。

在 90 年代的改革中,除了新闻节目的滚动增加、时效性加强之外,新闻节目最大的变化就是一大批有影响性的新闻杂志性栏目和新闻谈话类节目的问世。1993 年 5 月 1 日,中央电视台第一个新闻杂志性栏目——《东方时空》开播,节目共分《新闻》、《东方之子》、《金曲榜》、《生活空间》和《焦点时刻》5 个板块。它贴近生活、贴近观众,以表现普通人的生活状态和人生体验为主要内容,“讲述老百姓自己的故事”的《生活空间》获得了广大观众感情上的共鸣,受到了观众的广泛欢迎。《焦点时刻》栏目则继承了《观察与思考》的宗旨,深入报道和分析社会热点及焦点问题,也引起了很大的反响。在后来的实践中,《东方时空》曾两度改版,以更契合传播特性的方式将新闻节目又向前推进了一步。

1994 年,中央电视台开办了《焦点访谈》栏目,这是一个新闻评论性栏目,它对群众关心、领导重视的问题进行深入评述,以反映群众呼声,正确引导舆论。随后,中央电视台又开播了另一个大型的新闻调查类栏目《新闻调查》,是当时国内最长的深度报道和述评性栏目。它的主要叙述形式是记者调查,主要调查对象是具有社会性和新闻性的事件、人物和话题,它致力于从新闻规律和电视规律出发,确立了稳健务实的调查风格,以冷静、平视的调查视角和厚重、大气的调查风格赢得观众。

与此同时,各地方电视台也纷纷办起了新闻杂志性栏目和评论性栏目,辽宁电视台的《社会面面观》、上海东方电视台的《东方直播室》、北京电视台的《今日访谈》、江苏电视台的《大写真》、浙江电视台的《黄金时间》、广东电视台的《社会纵横》、山西电视台的《记者观察》……这些栏目都普遍地受到了观众的欢迎和政府的重视。

二、综艺节目娱乐化

随着社会主义市场经济体制的逐步建立,人们的生活节奏大大加快,社会竞争加剧,于是,这个时期的电视文艺节目加强了娱乐性,以舒缓人们的紧张情绪,减轻压力和疲劳感。中央电视台的《东西南北中》汇集了各地方电视台和社会上文艺节目的精华,突出民族特点,充溢着地方特色和时代信息,思想性和娱乐性兼备。随后,《文艺广角》、《音乐电视城》、《周末大回旋》等一批栏目也先后出现。而一些名牌栏目,如

《综艺大观》、《正大综艺》、《曲苑杂坛》、《旋转舞台》等则不断调整、改版,推陈出新。

同时,地方电视台也逐渐形成了一些颇具影响的文艺栏目,如北京电视台的《公益歌曲擂台赛》、上海电视台的《今夜星辰》、河北电视台的《百花丛》、浙江电视台的《调色板》和山西电视台的《五彩缤纷》等。

随着电视节目呈现出的娱乐化、世俗化趋向,当下的综艺性节目营造出令人感官兴奋而又头晕目眩的视听时空,将时间感、历史意识、与现实生存的真实性彻底打破,其文化的认知功能、教育功能,甚至审美功能都渐渐淡化,而其感官刺激功能、游戏娱乐功能却得到了强化和突出。电视综艺性节目的风格转变主要表现在一个共同点:对传统观念中的崇高感、悲剧感、使命感、责任感不断地疏离,甚而远去,把传统文化中那些引以自豪的情感内涵,如焦虑、恐惧、永恒的情感话题等一一淡化,取而代之的是一个个世俗化的梦想、游戏和儿童情结。观看这样的电视节目,观众的情感体验无需殚精竭虑,更不需痛不欲生,电视为大众制造了一个集体的娱乐化梦幻和理想化的幻景,让观众充分享受一种被文化产品所制造出来的欢乐。

三、经济类节目专业化

1992年5月,中央电视台组织召开了全国经济宣传座谈会。座谈会建议中央电视台开办《经济信息联播》节目,并尽快建立全国电视经济宣传协作网。会后,中央电视台领导研究决定,在继续办好《经济半小时》栏目的基础上,开办《经济信息联播》栏目。同年6月,广电部组织召开全国省级电视台、计划单列市电视台、省会市电视台和部分省辖市电视台台长会议,商讨如何办好《经济信息联播》栏目。

在各方的支持下,栏目在8月底正式开播。《经济信息联播》栏目以传播各类经济技术信息为主,汇集这方面的国内外最新消息。其内容分为五大类,即宏观形势、新产品介绍、财经、服务、国际,大类下还设有若干个小栏目。由于当时正是中国经济发展走向高潮的时期,因此,这一节目正式开播后即得到了观众的热烈欢迎,收视率不断上升。

随后,各级地方电视台也加快了开办经济栏目的步伐。新开办的电视经济节目紧贴时代发展,它往往是随着农村改革、城市改革以及宏

观综合配套改革不断深化发展而设立栏目和确立选题的。如随着市场经济体制的建立,国企改革、国有资产流失、农民负担、职业道德以及经济可持续发展、环境与资源保护等方面的问题越来越突出,针对这些问题,中央电视台组织了一系列重大报道。

1996年4月,中央电视台推出了16集大型电视系列节目《热点追踪》,节目以纪实的手法报道了国企改革的试点城市、试点企业在改革中面临的种种矛盾,以及它们为解决这些矛盾所作的努力和探索。节目在《经济半小时》等栏目播出后获得了观众的一致好评。

1997年,中央电视台推出五集专题片《软着陆》,再现了宏观调控过程中的每一次战略部署,分析和总结了实现“软着陆”所采取的政策措施和成功经验。

同年,中央电视台对第二套节目进行了调整。调整后的节目呈现为四个结构单位:深度报道的节目《经济半小时》;经济新闻的节目《中国财经报道》和《世界经济报道》;服务类节目《生活》、《商务电视》;专业对象类的节目《金土地》、《经营有道》。节目实现了形态多样化、编排板块化、栏目系统化的要求,广大观众从此可以每天从早上到夜间收看到完整而系统的经济节目。

在经济节目的开办上,各级电视台也都从自身实际出发,进行准确定位。中央电视台的经济节目着重从宏观出发,比较突出选题的重大性和指导性,具有导向作用。地方电视台则更加具有针对性,结合本地实际设定选题,如湖南、江西、湖北、河北、陕西、山西、四川、安徽等省级电视台的经济节目则比较注重对农民和农业问题的报道,而东北是传统的重工业基地,辽宁电视台就突出对国企和再就业的报道。

四、对象性节目规范化

所谓对象性节目,是指针对相对窄化的特定收视群而制作的电视节目,如少儿类节目、老年人节目等。1993年以后,中央电视台不断深入改革,对青少年节目逐渐进行了调整和改版。如将70年代末、80年代初设立的《七巧板》和《天地之间》合并,推出了《大风车》这一儿童节目。同时还增加了动画片的播出。动画片在青少年的心目中占据着重要地位,从70年代开始,日本、美国的动画片充斥了世界的电视屏幕,

到了 80 年代末,中国开始意识到这个问题,于是国产动画片在 90 年代初有了一定的发展,如中央电视台在 1994 年拍摄了 30 集系列片《蓝皮鼠和大脸猫》,在 1997 年拍摄了 78 集系列片《大头儿子和小头爸爸》,从而在一定程度改变了中国电视屏幕上的动画片局面。而且,在这些动画片中,也出现了一些能够得到中国青少年喜欢的动画明星。

中央电视台的《夕阳红》是一档以老年人为主要对象的节目,它满足了老年人的求知欲,反映了老年人的生活状况,成为老年人的知心朋友。

对象性节目中,比较有影响的还有专门为青年男女牵线搭桥的湖南卫视的《玫瑰之约》和上海东方电视台的《相约星期六》。这些节目的主旨是探讨爱情真谛、价值取向,以及异性间相处的技巧。它的话题还涉及到普通百姓的家长里短、鸡毛蒜皮——既有社会人际交往方面的困惑,也有家庭内部成员之间的调适;既有不同生活状态的展示,也有新旧伦理道德观念的碰撞。节目录制基本上在演播室进行,现场观众是不可缺少的组成部分,谈话氛围比较轻松。其节目特点是贴近生活,贴近百姓,参与性强,因而深受观众喜爱。

对象性节目在 90 年代取得了很大发展,它适应了电视受众群窄化的趋势,得到了各个阶层、不同年龄段观众的欢迎。

随着电视传媒业频道专业化和电视节目精品化理念的不断成熟与发展,全国各级电视台都开始了浩浩荡荡的栏目品牌建设,并在市场运作下逐步形成了自己的经典栏目,如中央电视台的综艺节目《幸运 52》和《非常 6+1》、上海电视台的经济节目《财富人生》、凤凰卫视的专题节目《鲁豫有约》等,这些节目的存在为中国电视节目的栏目品牌建设提供了可供借鉴的宝贵实践经验,也为未来中国电视节目的发展战略提出了探索与思考。

第一章

综艺节目

20 世纪 90 年代以来,随着各类电视节目日新月异的发展,电视屏幕的影像文化发生了前所未有的巨大变化。尤其是电视综艺节目,为大众制造了一个集体的娱乐化梦幻和理想化的幻景,让观众充分享受了由文化产品制造出来的欢乐。

所谓电视综艺节目,就是在电视上播出的综合性文艺节目。它根据主题的需要,运用艺术手段将多种不同艺术体裁的单个节目进行有机的组合,它是时下文艺节目样式的主流。在五彩缤纷的电视文艺创作中,它具有无可比拟的地位和作用。每逢重要的节日或庆典,电视台往往要举办盛大隆重的综艺晚会以示庆祝。比如除夕夜中央电视台的《春节联欢晚会》已成为中国人过春节的新民俗,年夜饭上的一道大餐。每逢七·一、八·一、十·一等国家重要节假日,电视台也要举办大型综艺节目。而每到特别的时刻,如香港回归、申奥之夜、第 21 届世界大学生运动会等,人们也往往通过综艺节目传递心中的情感。因此,考察综艺节目的特征、研究综艺节目的创作显得很必要。

电视综艺节目的特点概括地说,主要包括四个方面:时效性,功能性,整合性、受众及其影响的广泛性。

一、时效性

从大的方面来讲,一个综艺节目的创作往往暗合了某个特定的历史和时间背景。如庆祝国庆的综艺节目就必须在国庆前完成,一般安排在国庆节当天晚上播出。而正是为了配合全中国人民对香港回归的热情和空前的民族自豪感,《情满香江》大型综艺节目适时推出,收到了极好的效果。时下,华夏大地正在兴起一股开发西部的热潮,全国人民的眼光都热切关注着西部,中央电视台《综艺大观》便连续推出了几期以云南、四川、重庆、甘肃和新疆等西部地区为背景的、介绍西部风情和

文化、激发西部热情的晚会,引起了观众的巨大反响。而春节联欢晚会更是在中国最重要的传统节日——春节的大氛围下推出的,最佳时间自是除夕之夜。即使是戏曲晚会、歌舞晚会等春节晚会,最迟也不能过了正月十五。因为过了十五,春节就算是过完了。所谓“过哪山,唱哪歌”说的就是这个道理。

从小的方面来说,作为一档电视节目,有它特定的播出板块和准确到以0.1秒计算的播出时间。如何在有限的时间内使节目更加丰富多彩,如何充分体现导演的创作意图,如何使整台节目散而不乱,融为一体,这是每一个综艺导演煞费苦心的事情。就精确的播出时间而言,录播相对好一些,可以在节目的后期剪辑中加以控制。而对于现场直播来说,它必须对节目进行多次彩排,确保节目之间的衔接准确到位,到了直播现场,只有靠主持人机智灵活,把控现场。著名电视节目主持人赵忠祥在评价新生代的主持人时,曾把这作为一个很重要的标准提出来。

二、功能性

功能性又可称作目的性。综艺节目的功能性集中表现于任何一台节目,它的主题不管是社会性的还是政治性的,都要有一个明确的创作目的。在这一点上,收视率不再是占最主要位置的元素。虽然综艺节目一般都有较好的收视率,而且往往也是一个电视台、一个频道的明星节目。那么,综艺节目的功能主要表现在哪些方面呢?可以从社会、政治、文化三个方面来谈。

(1) 综艺节目的社会功能主要表现为反映社会生活现实、人民生活 and 思想的主流,倡导积极健康的文化生活。

2000年春节晚会一首《常回家看看》唱红了整台晚会,也唱遍了大江南北。它传达的是人们对亲情的渴望,对家的回归。这首歌之所以如此受欢迎,还在于一个基本的社会现实:中国人口正在进行着一次从农村到城市的大流动,数百万甚至千万的农民涌进城市打工,还有大批因为升学、出国等种种原因离开家乡的人们,这一切都使得不少家庭父母子女分离。《常回家看看》及时反映了父母的心声和儿女的心情。

(2) 综艺节目的另一功能是政治宣传功能,主要是宣传政府的方