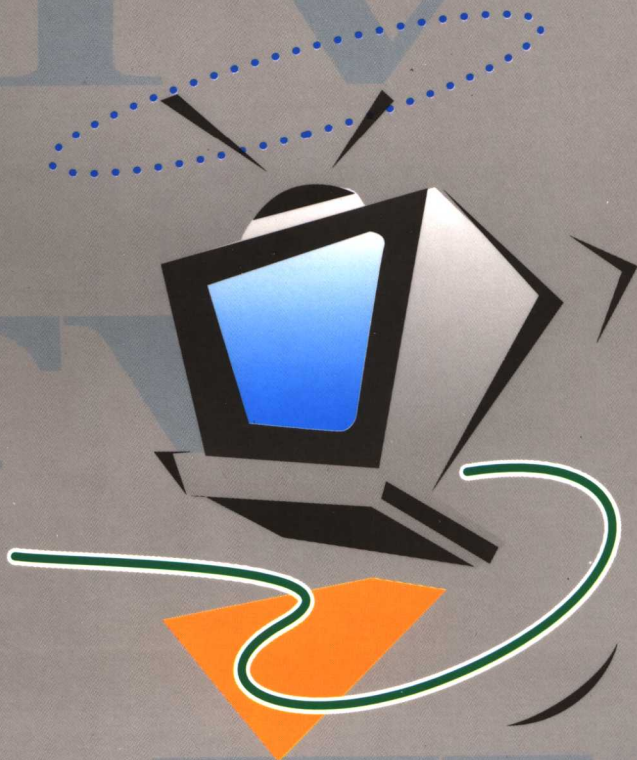


TV

电视节目形态论

陈国钦 夏光富 著



中国传媒大学出版社

重庆邮电大学教授、博士哲学社会科学研究丛书
重庆邮电大学网络社会发展问题研究中心资助出版

总主编 徐仲伟

电视节目形态论

陈国钦 夏光富 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电视节目形态论/陈国钦, 夏光富著. - 北京: 中国传媒大学出版社, 2006.5

ISBN 7-81085-738-X

I. 电… II. ①陈… ②夏… III. 电视节目-形态论 IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 051319 号

电视节目形态论

作 者: 陈国钦 夏光富

责任编辑: 李 颖

责任印制: 曹 辉

封面设计: 姜秀菊

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话: 65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网 址: <http://www.cucp.com.cn>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京胜蓝彩色印刷有限公司

开 本: 850×1168 毫米 1/32

印 张: 10

版 次: 2006 年 6 月第 1 版 2006 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 7-81085-738-X/K·738

定价: 26.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换



陈国钦 河南南阳人。2003 年获广播电视艺术学硕士学位，执教于重庆邮电大学传媒艺术学院，现攻读中国传媒大学戏剧戏曲学博士学位。主要从事影视艺术、戏剧戏曲方面的教学与研究工作。近年来在《文艺报》、《现代传播》、《北京电影学院学报》、《中国电视》、《戏剧》、《戏曲艺术》等报刊上发表论文十余篇，主编、参编《古典名著的电视剧改编》、《影像记忆》、《大众文化与审美》、《电视纪录片创作教程》等著作、教材多部。



夏光富 重庆邮电大学传媒艺术学院常务副院长、副教授。先后制作《对称电缆制造》、《美国文化背景知识》、《冬虫夏草》、《彭水纪行》、《桃李芬芳园》、《您好！新世纪》等电视专题片、教学片二十多部，多次获四川省、重庆市教学电视片、优秀电教成果奖励。参与国家“九·五”攻关课题《通信与广播电视共网传输的研究》，获重庆市科学技术奖一等奖。主编、参编《电视节目编辑技艺》、《电视纪录片创作教程》等教材多部。





责任编辑：李 颖

封面设计：江秀菊

重庆邮电大学教授、博士 哲学社会科学研究丛书

顾 问：聂 能 陈 澍

总 主 编：徐仲伟

副总主编：陈纯柱 魏 钢

编 委：(按姓氏笔画排列)

王青山 王 进 代金平 刘 跃

陈纯柱 孟东方 张 波 肖长富

徐仲伟 唐 红 高宝柱 游敏惠

龚 克 曾德高 熊志海 魏 钢

目 录

绪 论 什么是电视节目 /1

第一章 电视的发展历程 /6

第一节 媒介发展回顾 /6

第二节 电视的发展历程 /13

第三节 我国电视的发展历程 /25

第二章 电视传播的主要功能与特征 /37

第一节 电视传播的主要功能 /37

第二节 电视传播的基本特征 /48

第三节 市场经济体制下我国电视制度的变迁 /56

第三章 电视新闻类节目 /68

第一节 电视新闻概说 /68

第二节 电视新闻的特征 /77

第三节 电视新闻节目的形态 /89

第四章 电视文艺类节目 /117

第一节 我国电视文艺节目的发展轨迹 /117

第二节 电视文艺节目的功能与特征 /127

第三节 电视文艺节目的分类 /138

第五章 电视剧 /160

第一节 我国电视剧的发展历程 /160

第二节 电视剧的审美本质与影像特征 /172

第三节 电视剧的分类 /180

第六章 电视娱乐类节目 /199

第一节 我国电视娱乐节目概况 /199

第二节 电视娱乐节目的特征 /209

第三节 当前娱乐节目存在的问题与发展走向 /218

第七章 电视纪录片 /226

第一节 我国电视纪录片的发展概况 /226

第二节 电视纪录片的基本特征 /240

第三节 电视纪录片的审美走向 /249

第八章 电视广告 /260

第一节 我国电视广告概况 /260

第二节 电视广告的构成要素 /272

第九章 电视节目主持 /288

第一节 节目主持人的基本素质 /288

第二节 节目主持的风格 /297

第三节 节目主持的语言 /306

后记 /315

绪论 什么是电视节目

对于我们来说,电视节目并不陌生。

电视节目是我们借以了解外部世界的窗口,是我们娱乐消遣的工具。如果一个家庭没有电视,就似乎无法构成一个完整的家庭,“电视化生存”已经成为当今社会的生存方式之一。当你和家人、和朋友、和同事聊起某一个主持人、某一期节目的时候,总有说不完的话题,彼此之间的距离一下子拉近了,你融入了这个小小的氛围之中。通过电视节目,我们搭起了与周围社会联系的桥梁。

那么,究竟什么是电视节目呢?

对这一问题的回答,所站的角度不同,答案也截然不同。站在广播电视事业的立场上看,它是党和国家舆论宣传、社会教育的喉舌;站在大众传播的角度,它是目前覆盖面最广、传播速度最快的一种传播媒介;站在观众接受的角度,它是日常生活中接受外部信息、消遣娱乐的一种重要方式;站在专业制作的角度,它是不同工种、各类人员的分工协作;站在技术发展的角度,它是现代技术创造的奇迹……

《辞源》对“节目”一词的解释有两层含义,一是指“树木枝干交接之处为节,纹理纠结不顺的部分为目”;二是指“条目,项目”。这里,前者侧重于内容之间的衔接、编排,后者侧重于具体内容。在此基础上,《中外广播电视百科全书》对“电视节目”做出如下定义:

电视台各种播出内容的最终组织形式和播出形式。也即电视台和其他电视制作机构制作的供播出或交流的、具有完整内容的电视作品。节目是电视传播的基本单位。电视节目内容丰富多样,表现形式多种多样。

这一定义既强调了电视节目作为内容组织与播出的形式特征,又指出了在这一概念运用当中的内容特性,它可以指节目群体,也可以指一个节目,还可以指具体的一期节目。质言之,电视上播出的所有内容都可以称为电视节目,它们按照一定的顺序播出,以一定的形式,表达着一定的主题,有一个具体的名称,占用一定的时间。

随着电视事业的发展,电视节目从内容到形式上愈来愈丰富,观众的选择性愈来愈大。为了便于观众收看,培养观众的收视习惯,使节目拥有一个相对稳定的收视群体,节目栏目化成为势在必行。所谓节目栏目化,就是把同一内容或同一风格的节目归为一个栏目,安排在固定的时间内进行播放,使其有一个固定的名称和时间长度,这样既方便了观众的收看,同时也使节目的编排更有条理,有利于形成栏目的不同特色。

电视节目栏目化是电视节目走向成熟的一个标志,是电视文化发展到一定阶段的产物。对于一个固定的栏目而言,节目标识、各板块间的切割划分、节目的时间长度、节目的编排与串联、节目播出与滚动的规范统一,使电视节目的传播有了统一的秩序,同时培育了较为稳定的接受群体(电视观众),培养了电视观众较为稳定的收视习惯。它使观众与电视之间建立起一种约会心理,只要认可的栏目,在固定的时间,观众就会如期而至。

我国从上世纪80年代就开始了电视节目的栏目化探索,像《为您服务》、《综艺大观》、《正大综艺》、《十二演播室》等都采用了栏目化的编排方式。但从整体上说电视节目的生产和传播还没有进入大规模的栏目化阶段,其影响也相当有限。至1993年以《东方时空》的开播为标志,栏目化才在荧屏上全面铺开。

节目栏目化一方面给了观众更多的选择机会,使观众对自己喜爱的节目更为熟悉,同时也推出了一批名记者、名编导、名主持人、名制片人。由于节目定期定时播出,养成了观众的收视习惯,节目收视率得以大大提高。一批从事电视栏目生产、传播的记者、编导、主持

人、制片人因此而成为影响巨大的公众人物,甚至被电视栏目推出的各界人物、新闻事件也成为社会关注的热点和焦点。这一切有效地增强了电视在社会生活中的影响力。

对电视节目本身来说,栏目化使节目有了鲜明的个性,或以内容取胜,如《焦点访谈》;或以独特的角度取胜,如《新闻调查》、《社会经纬》等;或以质量和独特的风格取胜,如《人与自然》、《正大综艺》等。追求个性化使节目有了明确的受众定位,在选题内容和表现形式及相应风格上有了明确的目标,如《夕阳红》把受众定位于老年观众,《半边天》定位于女性观众,《今日说法》定位于普及法律知识,《人与自然》定位于宣传环境保护、可持续发展思想,等等。在个性化追求之中,节目风格显得丰富多彩,催生了一批精品化的栏目,从而使电视节目质量有了整体提高。

由电视节目栏目化带动而来的是电视频道专业化。所谓频道专业化,指的是在现有电视频道资源的条件下,以整个频道为单位进行定位划分,节目的播出安排按合并同类项的办法,将相关的内容放到同一个频道播出,使节目内容更能集中地反映特定观众的需求,打造有特色的节目品牌。对专业化频道而言,频道栏目内容的定位专一、目标观众对象的分众化是其基本特点。

从上世纪80年代起,美国的电视市场由ABC、NBC、CBS三大电视网垄断的格局被打破,大量有线电视网的专业频道与三大电视网同分天下,展露出专业频道的光明前景;在亚洲市场,目前处于前十位的也大多是专业频道,如HBO(美国家庭影院频道)、Star Movie(香港卫视电影频道)、Discovery(探索频道)、MTV(音乐频道)等。与此相呼应,我国电视在与世界接轨的过程中,也进行了频道专业化的改革。

1987年,中央电视台推出经济信息频道,这是我国第一个具有专业性质的电视频道,由此启动我国电视频道专业化的进程。90年代以来,与节目栏目化互为表里,专业化的频道大量涌现,形成了以新闻、影视为龙头,科教、法制、经济、娱乐为辅的多维专业频道并举

的格局。特别是1999年中央电视台实施的“频道专业化、栏目个性化、节目精品化”发展战略,使央视除了一套为综合频道外,其余频道均为专业频道。在央视的带动下,全国300多家电视台的3000多个频道90%都发展为专业频道。

频道专业化被称为中国电视的第二次创业,它是在电视产业化进程加速和市场竞争加剧背景下的必然选择,同时也是分众时代观众收视需求多样化的需要。

专业化意味着个性化。在电视节目竞争中,“内容为王”,一个频道只有内容扎实、丰富,在核心理念、节目设置、包装等方面风格统一、个性鲜明且长期稳定,才有可能成为市场的宠儿。这就要求编辑、记者、主持人等各个环节都达到专业化,使节目与频道的风格完全融合,从而在观众心目中树立起频道的专业品牌形象。同时,专业化也使电视台在人才、资金、技术设备等资源方面进行合理配置,调剂利用,减少闲置,实现规模效应,达到投入与产出效益的最大化。可以说,专业化不但造就了频道的竞争优势,更是现代企业经营理念的引入,对于优化我国电视的产业结构,实现电视资源配置的市场化,提高电视产业的整体竞争实力都有深远意义。

对观众而言,当今电视节目的丰富使观众的收视动机、收视兴趣、欣赏习惯都日趋多元化,不同类型的观众对不同的节目形态有着不同的兴趣。如对电视剧,女性观众高于男性观众,低文化观众高于高文化观众;对新闻经济类节目,城市观众高于农村观众,高文化观众高于低文化观众,等等。著名学者约翰·费斯克认为:在受众的接受过程中,整体的“大众”消失了,取而代之的是形形色色的亚文化群体。不同的文化背景,不同的解读方式,对同一节目的理解就不同,而决定不同理解的是不同的文化代码和文化能力。尽管每家电视台都希望市场中占有最大的份额,但实际情况却是任何一家电视台都不可能独霸天下,满足所有观众的不同需求。观众的需求是多方面的,只要有针对性地满足了一部分观众的需求,一个频道就能够在市场中找到自己的位置与发展空间。从表面上看来这似乎是缩小了

自己的观众群体,而实际上却使自己有了固定的接受群体,观众有了更多的选择,不同需求也于此得到满足。

至此,我们对电视节目的理解,从对电视台播出内容及形式的安排,逐步深入到节目的栏目化与频道的专业化。它是随着电视事业的蓬勃发展而逐步展开的,与我们社会的发展紧密相关,是媒介竞争时代电视发展的必然结果,是市场经济条件下观众对电视节目改革的内在必然要求。

鉴于以上认识,本书从节目形态入手,结合传播学理论与我国电视节目的发展实际,对各类电视节目进行描述分析,概括其不同的表现特征,预测其发展走向,试图总结电视节目的发展规律。在具体安排上,全书共分九章,大体上分为三个部分:

第一、二章介绍电视的发展历程与电视传播的功能、特征,从宏观角度进行论述,可作为全书的总论;

第三至八章分别介绍了电视新闻类节目、电视文艺类节目、电视剧、电视娱乐类节目、电视纪录片、电视广告节目的不同嬗变轨迹与表现特征,是全书的主体;

第九章主要介绍了电视节目主持中的一些基本问题。近年来在许多电视节目中主持人的作用愈来愈重要,而其中又存在着不少问题,故针对这些问题列专章予以论述,可作为全书的附论。

在写作过程中,我们参阅、吸纳了大量同行专家的科研成果,未及一一列出,这里一并致谢。同时,由于作者水平有限,书中纰漏乃至谬误之处在所难免,恳请广大读者批评指正。

第一章 电视的发展历程

第一节 媒介发展回顾

人作为社会性的动物,为了生存和发展的需要必须进行相互交流,这种交流需要一定的媒介来承载和传播,但又总受着自身与外界条件的限制。人类为了能延伸自身的感知能力,进行超越时空的传播,经历了艰苦的探索。这一探索历程大致经历了口头传播、文字印刷传播到电子传播等发展阶段。

一、口头传播时期

人类从混沌初始,就产生了交流的愿望和需求。从体力方面讲,早期人类并不是最强大有力的族类,因而为了自身的生存,必须以群居为生活方式,形成了早期人类的社会性特征。这一特征使人与人之间必须相互配合,协调行动,唯有如此才能战胜自然,求得自身的生存和发展,由此,彼此间的信息交流成为必需。而交流传播需要媒介,寻求合适的媒介一直伴随着人类自身成长与发展的全过程,并随着生产力的发展不断演进,不断完善。

早期原始人类是用自身的形体、手势和声音进行交流、传播信息的。他们通过自己的行为,在互动的交流中逐渐确立了手势、声音的含义,规定了它的所指和能指。于是建立起以形体、手势、眼神、声音等自身感官为交流媒介的符号系统,以维系生存发展的需要,从而产生了形体语言和口头语言。

这种语言以人自己的身体为基础,只能在声音所及的距离、眼睛所及的范围内进行交流传播,不能超越时空,局限性很大,更不用说

转化为一种可以保存的物质形态了。它显示了原始人类力量的低微。在这种情况下,种族的生存与延续成为部落群体的第一需要。部落的成员首先要学习生存的技能,这种技能是在群体生活中以经验的方式而世代传递下去的。同时,为了群体的延续,部落的历史也需要世代传递下去,而对这一历史进行传递的,就是部落的巫、史或者长老,其传递的方式则以歌谣的方式世代传唱。

据现代人类学的考证,原始部落的酋长一般都担任着巫、史的角色,在部落中享有特权的同时,也担当着本部落延续、发展的重任,其中任务之一就是记录本部落的发展历史,记录祖先的丰功伟绩,这种记录主要是通过世代巫史的口口相授、歌吟相传而进行的,这就是世界各民族早期史诗的最初源头(可参阅李泽厚《己卯五说·说巫史传统》)。如西方的《荷马史诗》记录了希腊民族与外族征战的历史,我国最早的诗歌总集《诗经》中的一些篇章,如《生民》、《公刘》、《皇矣》、《大明》等,记述了自周始祖后稷建国至武王灭商的历史,洋溢着对祖先的赞美之情。虽然这些历史后来用文字保存了下来,但其原始状态都是以民歌的形式口口相传而保留下来的。

由于这种传递和保留都存在着极大的不可靠性,因而人类始终努力寻求一种可以超越时空的、可以保存传递含义的自身以外的物质形式,于是人类发明了原始的结绳记事、原始绘画等象形符号,用以记事。在此基础之上,最终产生了象形文字,以后又逐渐产生了文字。

早期人类由于口头传播的局限,一方面传播的信息量极小,另一方面在传播质量上更注重信誉,保持了一种淳朴、诚实的天性,这些天性在今天的一些习惯礼仪中仍可看到种种遗留。如我们现代生活中初次见面握手的礼仪,就源于原始人由于语言不通、信息交流不便而产生的不信任感。由于这种不信任感,所以陌生人见面的时候,就一定要伸出自己的右手,表明自己没带什么武器,同时主动伸出手去,说明自己是来寻求友谊的。因为右手最为有力,往往用它来握武器。现在的一些少数民族会见客人,把右手放在胸前弯腰行礼,最初

也出于这样的目的。

二、文字印刷传播时期

相传我国的文字是由黄帝时期的史官仓颉创造出来的。他仰观宇宙天地之形，俯察百兽花草之迹，设计并创造了中华文字。在他大功告成之时，“天雨粟，鬼夜哭”，可谓惊天动地。这个颇有些神秘色彩的传说表明文字一造出来，天地之奥秘、人类之精神就被揭示出来了，人彻底脱离了野兽式的存在，启动了人类的文明创造，鬼神专断宇宙的权利从此被人类所打破，由此成就了一个人文化成的文明世界。在世界其他民族的文化中，也都存在着类似的传说。这些传说体现了人类对自己创造文字的一种强烈自豪感，反映出人类生生不息的探索精神。

文字的发明解决了意义的物化，为人类进行异时异地的信息传播提供了新的方式，但是文字的复制、流传还会受到空间、时间的局限。由于缺乏合适的载体，最初的文字只能被刻在岩石、树叶、兽骨或竹、木简上，我们今天所说的甲骨文就是刻在龟甲兽骨上的早期文字。后来又用兽皮和丝织物来记录文字，如西方盛传的羊皮书就是用羊皮作书，而我国古代把书信称作尺素或素笺，就是因为在一尺见方的丝织品上写信的缘故。但不管是兽皮还是丝织品，其成本都是昂贵的，伊斯特休对欧洲中世纪书籍的情形作过这样的描绘：

由于羊皮纸造价高，加之手抄本抄写复杂，耗时很多，所以中世纪的书十分昂贵。书价昂贵，使得许多图书馆用锁把书锁在书架上；书的主人往往在遗嘱中除了房屋、土地或者手工艺品之外还要指定惟一的一本书的占有人。^{〔1〕}

这种情况和人类巨大信息交流的需求相比，远远不能满足要求。

〔1〕 B·A·伊斯特休：《文字的产生和发展》，左少兴译，北京大学出版社 1987 年版，第 396 页。

人类的智慧不会停止探索,为了更广泛地交流、传播、保存,造纸术、印刷术的发明应运而生。

早在西汉时期,我国的蔡伦就发明了造纸术,为人类记录、保存文字寻找到了便捷而经济的载体。但是,由于手抄的速度太慢,加上人工手抄不可避免的误差,进行大规模的传播与交流依然十分困难。人类在长期实践的基础上,又发明了印刷术。最初的印刷术是雕版印刷,后来又发明了活字印刷。造纸术和印刷术的发明为人类的交流传播带来了新的媒介,是一次质的飞跃。作为人类第一种大众传播媒介,印刷术为人类知识的积累和传播起了巨大的作用。人类很多知识、文化遗产都倚仗印刷术得以流传。直到现在,它仍然起着重要作用,仍在不断发展,不断进步。

在我国,隋唐五代时期就有了雕版印刷,到北宋时期,雕版印刷已经盛行。毕昇在雕版印刷的基础上又发明了泥活字印刷术。近代印刷术产生于西方,15世纪中叶,德国人约翰·古登堡经过一系列的实验,发明了一套包括铸字盒、冲压字模、铅活字、油墨、木制印刷机工艺的金属活字印刷术。从此,文字信息的批量复制变得相对简易。对此,阿特休尔评论说:“正是印刷术(而不是别的)使历史从中世纪发展到近代;这期间,能够阅读的大众日益增多导致了思想的广泛传播,思想的广泛传播又推动了哲学与科技的变革。这变革最终推翻了教士和贵族的统治,从而产生了崭新的政治、经济、社会、文化和宗教制度。”〔1〕

古登堡印刷术的发明,使得欧洲的书籍问题在仅仅半个世纪的时间内激增了近1000倍,即从15世纪中叶的约1万册达到16世纪初的900多万册。随着印刷机器的不断改良,近代报纸业迅速发展起来。1660年,世界上最早的日报《莱比锡新闻》创刊,1666年《丹麦新闻》在哥本哈根发行,1679年《墨西哥公报》创刊,1702年英国最早的日报《每日新闻》创刊。1833年,本杰明·戴在纽约创办了《太阳

〔1〕 阿特休尔:《权力的媒介》,黄煜、裘志康译,华夏出版社1989年版,第4页。