

直
面
文
化
现
场

大众文化档案

梁振华 主编

ZHUNDIAN
FANGSONG



准点放送

当代电视栏目盘点

苟瀚心 陈少远 著

激
活
感
性
体

验

浙江古籍出版社

大众文化档案

梁振华 主编

准点放送

新媒体时代电视栏目盘点

苟瀚心 陈少远 著

 浙江古籍出版社

图书在版编目(CIP)数据

准点放送:新媒体时代电视栏目盘点 / 苟瀚心, 陈少远著. —杭州: 浙江古籍出版社, 2014.6

(大众文化档案/梁振华主编)

ISBN 978-7-5540-0248-3

I. ①准… II. ①苟… ②陈… III. ①电视节目—评论—中国 IV. ①G229.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 075867 号

大众文化档案

准点放送

——新媒体时代电视栏目盘点

梁振华 主编 苟瀚心 陈少远 著

出版发行 浙江古籍出版社

(杭州市体育场路 347 号 电话:0571-85176986)

网 址 www.zjgji.com

责任编辑 陈临士 裘禾峰

责任校对 吴颖胤

封面设计 刘 欣

责任印务 贾 敏

照 排 杭州兴邦电子印务有限公司

印 刷 浙江万盛达实业有限公司

开 本 710×1000 1/16

印 张 17.25

字 数 250 千字

版 次 2014 年 6 月第 1 版

印 次 2014 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5540-0248-3

定 价 39.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与本社市场营销部联系调换。

总 序

21 世纪是中国经历巨大变革的年代,经济高速增长,改革步入深水区;伴随着网络时代的到来,各种社会思潮与文化现象异彩纷呈;纷繁芜杂的时代语境下,文化场域受制于各种力量的驱动,经历着由表及里的深层演变。过去的十余年,中国大众文化众声喧哗,万象萌动,无疑成为新世纪最醒目的时代注脚和文化景观。

聚焦新世纪以来中国社会文化生活中具有代表性的“事件”和“现象”,“复原”一幅斑斓五彩的中国大众文化地图,是本套丛书编撰的初衷。丛书包含电影文化卷、电视栏目卷和网络文化卷。丛书的作者,均为成长于新世纪的青年学人,接受过扎实的学术研究训练,术业有专攻,又能对当下社会文化现场保持敏锐的触觉和鲜活的感受。他们勾勒的这幅新世纪大众文化地图,丰富多彩的时代信息蕴涵其中,且由此可以折射出中国民众新世纪文化心理、审美情感的流变轨迹。

大众文化的现场是零散而断裂的,对其进行整合性的思考,需要有与文化碎片耳鬓厮磨的耐心。如同一千个读者,就有一千个读者眼中的哈姆雷特,对每一种大众文化品类,也自然会有形形色色的解读视角和书写方式。编撰者串接起这些碎片,目的并非在于求得定解,而在于存留记忆,拒绝遗忘。从另一个角度来看,任何一种文化现象都有割不断的精神渊源。置身转型时代的社会剧变之中,致力于见证与梳理大众文化的流变轨迹,其意义也不是单纯地“立此存照”,而是试图穿越让人眼花缭乱的文化图景,探讨社会精神文化变迁的奥秘。

对大众文化批评而言,如何选择批评对象、确立批评立场,是一个令人困惑的问题。传统意义上的批评尺度和批评方法,面对瞬息变化的大众文化生态时,常常显得乏力,有隔靴搔痒和自说自话的困窘。这个时候,如果依然操持僵化、呆板的批评话语,势必会逐渐削弱与鲜活文化现象对话的能力。对于社会转型期的大众文化,真正契合实际的反思当建立在形象识度的前提之上。“大众文化档案”的编撰,首先要做的就是从刻板的学院批评话语中解放出来,克服“不及物”的评说方式,直面文化现场,激活感性体验,向读者展现大众文化品类的魅惑面容、婀娜身段和性感装束。

在这套丛书中,编撰者挑选了新世纪大众文化不同领域里具有代表性、体现时代印记的作品、事件、现象,进行“档案式”复原的同时,展开适度的文本解读和文化分析。刚刚逝去的年代里,那些惊鸿一瞥或者傲然耸立的大众文化事件、现象、作品,建构起了当代中国文化版图中一条生动而清晰的脉络。正是这些耳濡目染的记忆,在很大程度上参与了世纪之交中国人的思想、情感和人格构造,也成为洞察当代中国文化时不可或缺的精神资源。

中国的大众文化从起初犹抱琵琶半遮面,到今天风生水起,成为了人们文化生活的主导内容。于大众文化而言,我们是旁观者,也是参与者;我们是倾听者,也是发言人;我们是消费者,同样也是创造者。在这个意义上,这套丛书与其说是一份僵固的文化档案,毋宁说是身处这个时代的中国人一份鲜活而及时的记忆图册——它串联起那么多生动的景象和声音,激活了那么多难以忘怀的生命回忆。在这张虚拟的文化地图上行走,会与各种各样的人和事久别重逢;驻足的瞬间,我们可以凝神、回味、思索,从而以更清澈的目光,辨析时代精神文化的来路与去向。

梁振华

2013年5月4日

于北京师范大学励耘学苑

目 录

CONTENTS

总 序 001

1 益智与娱乐的暧昧遇合 001

益智类节目的尴尬退潮 002

《幸运52》:李咏“玩大了” 008

《开心辞典》:揭秘玄机的栏目命名 015

2 《超级女声》VS《中国好声音》:圆梦奇迹的前世今生 023

《超级女生》:圆了谁的梦? 024

“春哥”现象:异质偶像的消费奇观 031

《中国好声音》:授以音乐圣洁之名 039

3 “草根”上电视的媒介奇观 047

“全民参与,全国同乐”:千禧年的时尚宣言 048

《智勇大闯关》:大众狂欢的体育“嘉年华” 055

《中国达人秀》:殿堂仪式下的悲喜生活秀 062

4 春节联欢晚会——零年代的转型困境 071

三十年举国共享的“文化大餐” 072

“春晚”，意义何在？——“春晚”存废之争 081

5 《快乐大本营》的跨时代传奇 91

“快乐为本”的平民俗乐 092

“马栏坡”变形记 098

“快乐家族”，你为何让我流泪？ 105

6 《百家讲坛》：开启群智的荧屏尝试 113

《百家讲坛》之“起死回生” 114

“学术明星”的诞生：谁是下一个于丹？ 121

启蒙抑或媚俗？——盛誉背后的另一种声音 128

7 时政“群口时代”的到来 137

时政类脱口秀开拓言论空间 138

聚焦热点，“对话”精英 143

《一虎一席谈》：言说“不设防” 151

8 走进你的人生，倾听你的故事 161

情感类脱口秀节目的故事嵌套 162

《鲁豫有约》：聆听心灵，讲述传奇 168

《人间》：“小人物”冲突纠葛的荧幕曝光 177

9 谁刺痛了中国人的婚恋焦虑 185

新型婚恋交友节目的选秀机制 186

《非诚勿扰》:是什么让我为你留灯? 195

10 职场风云的镜像再现 207

应时而生的栏目“新宠” 208

《职来职往》:为你点燃一盏灯 213

《非你莫属》:唇枪舌剑下的娱乐消费与道德尺度 220

11 明星真人秀:竞技“星礼堂” 227

明星竞技场的荣耀和梦想 228

《星跳水立方》:“看点”是什么? 234

《我是歌手》:若非歌王,安敢东山再起? 239

12 《爸爸去哪儿》:扭转中国荧幕格局的一匹黑马 247

平地一声惊雷起,“亲子帮”攻陷荧屏 248

去的是远方,回的是家 255

这股“爸爸”风还能吹多久? 261

后 记 267

1

益智与娱乐的暧昧遇合

益智类栏目的尴尬退潮

新世纪以来,当婚恋类、职场类、选秀、脱口秀等五花八门的电视栏目跃动荧幕时,曾经掀起全民求知热潮的益智类栏目却悄然退出了这场视听盛宴。对于电视栏目而言,优胜劣汰的生存法则显得尤为残酷。同样作为文化形式,传统却不失格调的书籍、电影、电视剧虽然多经疼痛的难产降生,但是一旦出生,便已具备独立生存的能力,尚能通过骨灰爱好者的爱心传递筑就起延续生命的基因链条。荧幕上周周更新的电视栏目就没有这般好运了。倘若无法在7秒之内争取到观众的视线,那么伴随着下滑的收视率接踵而至的,便只能是中途夭折的劫数。尽管少数热心观众仍然驻足声援,也已经回天乏术。这种中道而废的遗憾,对于如今经年累月苦追美剧、动漫,却惊闻剧集拦腰被砍的观众而言,并不陌生。

纵然曾经盛极一时的益智类栏目已经褪去昔日的荣光,但是作为一个时代的极具旗帜性的文化事件,我们仍然有充分的必要去回溯它曲折回环的艰难历程。

益智类栏目之变

其实早在 20 世纪 50 年代中期,益智类电视节目就已在西方媒体兴起。美国的《64000 美元问题》,英国的《一本万利》、《任你选择》便是典型的西方益智类节目。由美国哥伦比亚公司制作的《64000 美元问题》在播放之前并不被看好,毕竟 50 年代的美国仅仅只有 10% 的家庭拥有电视。但是节目在 1955 年 6 月 7 日一经亮相,便在全国范围内掀起轩然大波,不可思议的高额奖金让整个美国都为之震动,无数人将它视为开启“美国梦”的金钥匙,男女老少趋之若鹜。1998 年,由英国执行制片人米柴尔·戴维斯首创的著名电视益智类栏目《谁想成为百万富翁》在酝酿三年之后横空出世,澳大利亚、荷兰和西班牙等 31 个国家和地区电视台相继购买其制作权和播映权。1999 年美国著名三大电视网之一的美国广播公司(ABC)把此栏目引进本国,并邀请到了著名主持人诺根斯·菲尔滨倾情加盟。美国广播公司的高调推介,将这一金牌栏目的轰动效应推向了高潮,单美国国内的收视人数就高达 7700 万人次。不到两年时间,这样一枚价值百万市值的重磅炮弹引爆了全世界妄想一夜致富的狂热。当主持人诺根斯在节目中高喊“谁想成为百万富翁”时,电视机屏幕上闪映出成千上万的观众焦灼激动的面孔,他们大声地回应道:“我!我!我!”诱人的奖金、惊险的环节和精良的制作,所有的这一切因素都让《谁想成为百万富翁》当之无愧地成为 21 世纪初期的一个荧屏神话。

单就命名而言,不难理解益智类栏目是以提高和增进观众智力为核心内容的电视节目。倘若一档益智类栏目只能“益智”,那么即使是初出茅庐的算命先生也能道出彼物大限将至的谶语。国内众多观众了解益智类栏目是从《幸运 52》、《开心辞典》、《三星智力快车》等明星栏目开始的,殊不知早在 20 世纪 80 年代,初具雏形的国内益智类栏目便已经集体亮相。不过与西方益智类节目大相径庭的,是国内的节目最初是以单纯的益智为目的进行运

作,而西方则加入了平民博彩作为卖点。在益智类节目引进初期,诸多冠以“知识竞赛”的栏目如《节水知识竞赛》、《保险知识竞赛》、《军事常识知识竞赛》、《党史知识竞赛》、《中学生知识竞赛》等在各省市电视台乃至中央电视台扎堆出现,参赛者多为各电视台层层选拔出的“智多星”。因为首次在电视荧幕中出现这种寓教于乐又略带悬念竞争意味的节目,诞生之初,它们也曾受到过观众的热捧。由于这些栏目过分执著于高水平的“益智”理想,普通观众的热情终于被那些呆板的问答形式和过于专业的常识击碎。

1990年4月,中央电视台二套《正大综艺》栏目正式开播。沉寂数年的益智类栏目在经过艰难的自我调适之后,以全新的面目重现荧屏。《正大综艺》摒弃了早期纯粹单调的知识竞赛模式,将益智的内容巧妙地融入休闲娱乐之中。外景主持人在带领大家领略一番异国风光、民族风俗以及奇闻轶事之后,总会在视频的末尾留下一个供观众和嘉宾猜测的谜团。这种融入了猎奇与娱乐的新型电视猜谜节目很快虏获了观众的眼球,一时间“不看不知道,世界真奇妙”的节目宣传语以及《爱的奉献》的主题歌广为人知。试问,谁不愿意在饱览一番奇妙多彩的异国风情之后,稍微活动一下如痴如醉的大脑呢?不过,普通观众也就只能窝在客厅的沙发里做一个老老实实的看客,毕竟《正大综艺》的赛制是嘉宾领着“智囊团”成员进行竞猜,一般人根本没有机会真正参与到其中,而且猜对答案获得的奖赏也只是精神层面的鼓励或是小纪念品而已,相比《幸运52》、《开心辞典》的巨额大奖,实在是不值一提。虽然后期《正大综艺》也尝试将明星换为普通观众,甚至将奖品档次提高到出国游,但节目整体格局仍然没有大变。所以当其他专业的旅游观光类节目以更精彩丰富的资讯带给观众视听的饕餮大餐时,当《幸运52》、《开心辞典》以全新的形式给观众知识、财富以及轻松的娱乐时,收视率屡亮红灯的《正大综艺》终于被迫叫停。2005年,“纪念《正大综艺》十五周年”晚会在灿烂的焰火中拉开帷幕,《正大综艺》以这样一场华丽的谢幕结束了自己15年的荧幕生涯。

不过,《正大综艺》的退场并不意味着中国益智类节目又一次惨遭无情的滑铁卢。相反,《正大综艺》率先摒弃纯粹知识竞赛,以娱乐带动益智的创新尝试,为在它身后跃跃欲试的后继者们注入了前所未有的动力。1994年7月,上海电视台率先推出《智力大冲浪》,每期节目结合时下热点,设计诸如“婆媳过招”、“求职”、“高考”等不同主题对嘉宾和观众发起挑战,并在知识竞赛的基础上添加了许多娱乐互动的元素,深受观众喜爱。节目自开播以来在上海地区的收视率一直独占鳌头。当然,中央电视台也不甘示弱,在2000年前后乘势追击,重磅推出了《幸运52》、《开心辞典》、《三星智力快车》等精品栏目,益智类栏目在中国观众中间掀起了一股旋风。同时,各省级电视台也相继推出各具特色的益智类栏目,比如湖南电视台的《超级英雄》、北京电视台的《SK状元榜》、江苏电视台的《无敌智多星》、安徽电视台的《超级大赢家》以及香港亚洲电视台在引进版权制作《百万富翁》之后推出的《各出奇谋》和《智在必得》等等。一时间,益智类节目在神州大地遍地开花,让人应接不暇。据称,在益智类栏目盘踞荧屏的那些年里,大中城市新华书店里的《十万个为什么》、《知识竞赛丛书》等百科知识方面的书籍都不约而同地跻身畅销书行列,这应该可以称得上是早期影音周边产品销售的成功案例。

然而,21世纪初期是中国电视节目不断推陈出新的重要节点,各个风格迥异、形式多样、内容新鲜的电视栏目轮番向老牌益智类栏目发起挑战。2004年,湖南电视台打造了新型选秀节目《超级女声》,这档允诺实现个人成名梦想的真人秀节目以更加娱乐、平民的姿态虏获了更多普通观众的眼球:你不需要拥有过人的智慧,只要你想唱敢唱,你就能出现在千家万户的电视荧幕上一展歌喉。《超级女声》引爆的选秀热正如当年益智类栏目独占鳌头的风潮一般席卷全国。各个电视台争相推出特色选秀栏目与之同台竞技,势头甚至压过了其他娱乐类节目。自然,相对中规中矩的益智类栏目又一次走到了与观众挥手诀别的时刻。而这时,美国福克斯电视台恰好推出新栏目《你比五年级生聪明吗》,国内益智类栏目制作人为之一振,以为终于找到了

苦心求索的救命稻草。一时间各种以小学课本为考题的栏目相继涌现,如中央电视台的《你比小学生聪明吗》、深圳卫视的《谁比谁聪明》、陕西卫视的《不考不知道》、天津电视台少儿频道的《你能毕业吗》、湖南卫视的《1VS100》等等。然而,这些栏目的形式内容固然新颖,在成人与小孩的争锋相对之中也穿插着天真的童趣和厚重的人生感悟,但小学知识对于多数的观众来讲实在是用处了了,不再“益智”的益智类栏目也就丧失了栏目的立足点。所以,一阵热闹的喧哗之后,这些老牌的益智类栏目只能无奈地拱手让出了自己的领地。

不变的“益智”

对于益智类栏目来说,只有将益智、娱乐和博彩三者捆绑销售,才可能在众多综艺娱乐节目中找到属于自己的一席之地。所以早期专一于益智的“知识竞赛”好景不长,而稍后出现的《正大综艺》由于赛制和奖项设置的问题,在调动普通观众参与度方面也有所掣肘。至于让成人与小学生同台竞技的一类节目,则干脆丢掉了“益智”的精英色彩,义无反顾地加入浩浩荡荡的娱乐大军。如此看来,只有在千禧年诞生的以《幸运52》、《开心辞典》为领头羊的益智类栏目才真正做到了让益智、娱乐和博彩三驾马车齐头并进。这些栏目首先在益智的基础上有限度地增加博彩环节。对大多数人而言,对物质的博彩是从来不会厌倦的,否则怎么总是屡禁不止呢?更何况这是光明正大地用知识创造巨额财富的娱乐场,精心设计的栏目环节让博彩的过程险象环生,大大增强了节目的娱乐性。参与者求胜心切,在场上奋力拼搏;电视机前的观众攥紧拳头,看得心惊胆战。激烈紧张的竞争氛围下,彩头究竟花落谁家,揪紧了每个人的小心脏。所以当时的益智类栏目能够在全国的荧幕上独领风骚,其影响力从媒体业延伸到社会层面,引发全民的益智热潮。然而,电视机前的观众总是喜爱追求新鲜事物,抱着电视机看了几年的益智栏目

之后,突然发现还有《超级女声》这种好看好听好玩的真人秀节目,自然转头另觅新欢去了。

当然,我们也不能总是责怪观众的见异思迁,毕竟《幸运 52》、《开心辞典》这些老牌益智类栏目这几年来没有多大的改变。虽然在竞猜环节加强了娱乐和互动,虽然在最终奖品的设置上推陈出新,但是所益之“智”——“知识”仍然不变。在社会竞争力不断增强的当下,证明知识水平的文凭证书在职场上都已经不再可靠了,谁还愿意花时间在电视机旁,看着别人答一个个细碎、专业的识记型小知识点呢?这些知识对大多数人来讲,可能一辈子都用不上。大众传播学者约翰·费斯克曾指出,益智类栏目通过游戏的形式巧妙地重现了社会竞争,每个人被视为享有同等的竞争机会,但个体能力的差异造成了最终物质财富与社会成就的不同。换言之,荧屏上的益智栏目实际是社会竞争的娱乐化投射。而今,社会对于人才的评价和选拔,早就已经从单一平面化的“知者”转化为复合立体化的“智者”。知识的多少并不意味着个人能力的高低,现代社会更需要的是智商、情商全面发展的综合型人才。但是国内的益智类栏目仍旧抱残守缺,坚守“知识益智”的制作理念,所以纵使强化了节目的娱乐和博彩性质,仍然无法在综艺节目激烈的生存战中杀出一条血路。

中国益智类栏目不可逆转的退潮事实,对于那些热心观众而言肯定一时难以接受。当推掉了当晚所有的应酬与娱乐,准备好可口的休闲茶点,掐点打开电视机,蓄势待发准备进行一番头脑风暴时,再也听不见熟悉的开场乐,看不见熟悉的主持人,心中肯定会陡生出几缕无所事事的空虚。电视栏目的竞争就是如此残酷,凭收视率决断的最终判词对这些栏目而言就是一纸无法违抗的军令状,毕竟你不能苛求一档节目几十个工作人员为你个人的喜好奔走。但是无论如何,益智类栏目曾经在你我的人生中留下了难以磨灭的深刻印记,而且我们也始终相信,益智类栏目在蛰伏几载之后,肯定能在众生娱乐的闹市中,为浮华市井注入一股追求智慧的清泉。

《幸运 52》：李咏“玩大了”

曾经有人打趣说：“李咏一感冒，《幸运 52》就要打喷嚏。”如今提起《幸运 52》可能很少有人能清晰地记得节目的大致模样，但是李咏那标志性的大笑总是能在回忆的甬道中激起回响，让人想起：哦，原来那曾是一个制造欢笑的工厂。

李咏“玩”进了央视

客气地说，李咏并不是一个符合标准审美的帅哥；刻薄地说，李咏的长相拉低了央视男主持人的平均水平。他自己也说：“别人说我长得特难看，我的长相真是不敢恭维，上广院时，在我们班的男生中我排在十名就给足我面子了。”李咏是新疆乌鲁木齐人，虽然长得不算赏心悦目，但也继承了新疆小伙儿棱角分明的面部轮廓，再加上一身设计花哨的西服和蓬松卷曲的头发，自然也在荧幕清一色的俊男美女中丑出了一番令人过目不忘的韵味。

当时北京广播学院在新疆招生 6 天，李咏是最后一天前去赶考的最后一位考生。尽管考得很认真，但是当时的李咏对自己也没抱多大的希望，因为他总觉得广播电视台的工作跟《永不消逝的电波》里演的似的，那种秘密

的特工活哪是一般人能干的呢?广院招生结束后,李咏迟迟没有收到录取通知书,正准备另作打算时,突然接到了就读中学党委书记的通知。原来广院的通知直接寄到了校党委,结果老书记一个不留神给忘了,一晃就是好几天。一番波折之后,这个新疆来的不知名小伙儿终于长途跋涉来到了北京,迈进了北京广播电视学院的大门。在广院的几年,李咏也没闲着,第一年就交了女朋友,也就是他现在的老婆哈文。刚进校的李咏总是旷课,成绩排名全班倒数第一,但是因为女朋友爱学习,李咏也跟着老往自习室跑。到大四毕业前的最后一次考试,他出人意料地考了全班第一,得到了最高奖学金。

后来中央电视台开始面向各大对口院校正式招收播音员,全北京只有10男10女具有面试资格,李咏是其中之一。当时有道面试题是“3只鸡3天下了3个蛋,请问9只鸡9天下了几个蛋?”李咏想也没想就随口答道:“反正不是9个!我又不是养鸡的,不知道。”

这个随口回答不知道的新疆小伙子最终成为1991年中央电视台招收的唯一一个播音员。后来李咏回忆说,通过几只鸡下几个蛋的问题,领导可能觉得这孩子挺直率,不装——装也没用;其次,这孩子也挺机灵。1991年进入央视以后,李咏做过记者、专题片编导,也当过综艺节目的主持人,但也总是不温不火,直至1998年遇上《幸运52》,他才真正找到了与自己气质水乳交融的节目,成为了一个无法复制的特色主持人。

《幸运52》诞生于中央电视台经济频道举步维艰之时。早期播出的经济类节目偏向学院派,常常是几个西装革履的经济学家正襟危坐,和主持人探讨诸如国家扩大内需计划、如何调整产业结构、国际货币政策走向等等问题。可对于普通老百姓而言,茶米油盐酱醋茶才是他们所关心的“经济学”,犯不着花工夫去钻研玄之又玄的理论。曲高和寡的经济类节目无法获得讲求实用的观众的青睐,节目的收视率自然持续走低。在严峻的现实面前,如何让经济频道的节目变得喜闻乐见是挽救颓势的关键。而经济益智类游戏节目《幸运52》就是尝试将经济知识与趣味相结合的一个探索结果。事实证