

ZHONGGUODIANSHIJIEMUDE
XINGTAIYANBIAN

中国电视节目的 形态演变

赵 翌·著



东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

本书获江南文化艺术及其当代价值研究,子课题:江南影像的类型学研究(编号 2015JDZD09)资助。

中国电视节目的形态演变

赵 翌 著

 东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

· 南京 ·

内容提要

本书系统论述了中国电视节目的形态演进。通过对中国电视节目在草创期、初步发展、加速发展及繁荣调整各阶段不同形态特征的分析,梳理了中国电视节目形态的演进历程;通过对新闻节目、娱乐节目及其他节目不同类型形态特征的分析,描述中国电视节目的演变图景;通过对经典栏目个案及“模式引进”等重点现象的分析并以此为切入点,探讨中国电视节目的生产路径与创新路径,进而对中国电视节目形态的发展方向提出设想与建议。

本书可为新闻传播、广播电视、影视等相关专业的学生或研究者提供电视节目学学习及研究方面的参考,亦可为电视及相关媒体从事节目策划、编导工作的从业人员提供理论借鉴及创新思路。

图书在版编目(CIP)数据

中国电视节目的形态演变 / 赵翌著. — 南京: 东南大学出版社, 2017. 12

ISBN 978 - 7 - 5641 - 7545 - 0

I. ①中… II. ①赵… III. ①电视节目-研究-中国
IV. ①G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 312180 号

中国电视节目的形态演变

著 者 赵 翌

出版发行 东南大学出版社

出 版 人 江建中

社 址 南京市四牌楼 2 号

邮 编 210096

网 址 <http://www.seupress.com>

经 销 全国各地新华书店

发行热线 025 - 83790519

印 刷 虎彩印艺股份有限公司

开 本 700 mm × 1000 mm 1/16

印 张 9.75

字 数 210 千字

版 印 次 2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5641 - 7545 - 0

定 价 42.00 元

* 本社图书若有印装质量问题,请直接与营销部联系,电话:025 - 83791830

目 录

绪 论

- 一、中国电视节目学研究现状 / 1
- 二、电视节目的“类型”与“形态”之辨 / 3
- 三、电视节目形态研究的意义 / 8

第一章 中国电视节目形态的演变历程

- 第一节 电视事业的诞生与节目形态的雏形草创(1958—1978 年) / 10
 - 一、本时期中国电视事业发展概况 / 10
 - 二、本时期中国电视节目的发展概况 / 11
 - 三、本时期中国电视节目形态的基本特征 / 13
- 第二节 产业化进程开启与节目形态的初步发展(1979—1991 年) / 15
 - 一、本时期中国电视事业发展概况 / 15
 - 二、本时期中国电视节目的发展概况 / 18
 - 三、本时期中国电视节目形态的基本特征 / 20
- 第三节 市场化程度加深与节目形态的加速发展(1992—2000 年) / 23
 - 一、本时期中国电视事业发展概况 / 23
 - 二、本时期中国电视节目的发展概况 / 27
 - 三、本时期中国电视节目形态的基本特征 / 29
- 第四节 传媒环境的变革与节目形态的繁荣调整(2001 年至今) / 32
 - 一、本时期中国电视事业发展概况 / 32

二、本时期中国电视节目的发展概况	/ 34
三、本时期中国电视节目形态的基本特征	/ 36
第五节 中国电视节目形态的演进成因	/ 39
一、制度环境对中国电视节目形态演进的影响	/ 40
二、传播理念对中国电视节目形态演进的影响	/ 41
三、技术进步对中国电视节目形态演进的影响	/ 43

第二章 中国电视节目形态的演变图景

第一节 电视新闻节目的形态演变	/ 45
一、中国电视新闻节目概说	/ 45
二、电视新闻杂志栏目	/ 47
三、电视深度报道	/ 48
第二节 电视娱乐节目的形态演变	/ 50
一、中国电视娱乐节目概说	/ 50
二、电视明星游戏节目时代——以《快乐大本营》为例	/ 52
三、电视娱乐真人秀时代	/ 56
第三节 其他节目的形态演变	/ 61
一、电视谈话节目的演变与发展	/ 61
二、电视方言节目的演变与发展——以无锡电视台《扯扯老空》为例	/ 65

第三章 中国电视节目形态的生产路径

第一节 中国电视节目形态的生产要素	/ 70
一、宣传要素	/ 70
二、市场要素	/ 72
三、文化要素	/ 74

第二节 中国电视节目形态的“模式引进”	/ 75
一、中国电视节目形态的“模式引进”景观	/ 76
二、电视节目“模式引进”的价值与意义	/ 80
三、电视节目“模式引进”的困境与出路	/ 82
第三节 中国电视节目形态的创新路径	/ 88
一、中国电视节目形态创新的本质探寻	/ 88
二、中国电视节目形态创新的路径选择	/ 90
三、中国电视节目形态创新的机制保障	/ 91

第四章 经典电视节目形态的个案讨论

第一节《社会记录》与《舌尖上的中国》	/ 94
一、公共新闻理论视野中的《社会记录》栏目	/ 94
二、电视纪录片《舌尖上的中国》的成功之道	/ 101
第二节《南京零距离》与《非诚勿扰》	/ 106
一、《南京零距离》:创新中国电视新闻新模式	/ 106
二、从《非诚勿扰》看中国电视相亲栏目的发展	/ 110
第三节《爸爸去哪儿》与《我们 15 个》	/ 114
一、明星亲子节目《爸爸去哪儿》的成功之道	/ 114
二、素人真人秀《我们 15 个》创作策略评析	/ 117

第五章 中国电视节目形态的发展方向

第一节 新媒介生态下电视媒体的定位	/ 122
一、新媒体及其影响力	/ 122
二、新媒介生态对中国电视业的影响	/ 124
三、其他变量对中国电视传播环境的影响	/ 125

第二节 新媒介环境下中国电视节目形态的创新策略	/ 128
一、电视节目形态创新必须深入挖掘电视本体特性	/ 128
二、电视节目形态创新必须与互联网深度合作	/ 132
第三节 “大数据”在中国电视节目生产中的运用	/ 135
一、“大数据”在传媒领域的应用情况	/ 135
二、“大数据”在中国电视节目生产中的应用形式	/ 137
三、“大数据”应用于中国电视节目生产的积极意义及应注意的问题	/ 140
余论:对当下电视文化节目热潮的思考	/ 143
参考文献	/ 148
后记	/ 150

绪 论

1936年11月,世界上第一座电视台在英国诞生。约20年后,1958年5月1日,中央电视台的前身“北京电视台”开始试播,这标志着中国电视事业的正式诞生。在近60年的时间里,中国电视的方方面面历经了日新月异的变化,取得了显著的成绩。从管理经营制度角度来说,中国的电视事业从起步时完全由国家拨款逐步转变为兼具政治宣传、文化书写以及产业经营功能的多元模式。与之相关联,电视生产内容即电视节目也自然经历了翻天覆地的规模化发展。对中国电视节目形态近60年的演进历程进行描述与分析,将是一件极有价值的事情。

一、中国电视节目学研究现状

包括电视媒体在内的所有媒介的研究都由两个重要方面组成:媒介经营与节目内容。作为一门年轻的学科,广播电视学的研究还有十分巨大的成长空间。长期以来,电视理论研究前瞻性不足的弊病一直受到质疑,尤其是在节目生产方面,许多理论成果是落后于电视实践的。仅以电视节目分类这一基本问题为例,目前通行的广播电视学教材中大部分沿用着将电视节目分成新闻、娱乐、教育、服务这四个类别的“四分法”。而实际上,电视实践中出现的许多节目早已无法根据这一分类方式简单划分。

中国电视研究的起点与电视事业的诞生基本同步,但在改革开放以前,中国的电视研究主要是技术研究,仅有少量关于电视节目内容的文章发表于中国第一本电视研究的学术期刊《广播业务》上。这些文章的撰写者主要是电视从业人员,他们遵循艺术和新闻理论的研究范式,对自身所创作的电视节目内容进行经验总结和业务探索。

改革开放以后,中国的电视研究得到了真正的发展。在20世纪90年代之前,除技术研究之外,概论类、中外电视史类、电视艺术、电视文学、主持人艺术等方面的研究逐渐展开。1992年,邓小平南方谈话后,中国的市场经济体制得到确立,广播电视业的发展也正式步入市场化的新阶段。在全社会进一步解放思想的大环境下,电视学术领域也焕发出新的生命力。“国内电视研究的格局在这一时期形成,分别是:以原理探索为目标的基础理论研究;以实践总结为目标的应用理论研究;以规范管理和长远发展目标的决策理论研究;以历史梳理和明鉴未来为目标的

电视史学研究。”^①

从成果数量的角度来看,节目研究是电视学研究体系中十分庞大的一支。学者梁波在其专著《理论电视学》中按照不同的研究类目,对1958至2013年我国电视学研究专著作了分布统计,具体情况见下表:

国内电视著作类目分布统计表^②

类别/年代	1958—1977	1978—1991	1992—2000	2001—2013	小计	比例
报告	0	0	1	50	51	1.7%
年鉴	0	11	32	102	145	4.8%
丛书	0	2	7	59	68	2.3%
文集	0	37	65	142	244	8.1%
史论	0	3	29	108	140	4.7%
概论	0	15	34	80	129	4.3%
词典	0	1	2	5	8	0.3%
节目	0	13	60	308	381	12.7%
传播	0	4	13	132	149	5.0%
文化	0	6	9	72	87	2.9%
美学	0	4	8	22	34	1.1%
语言	0	0	2	15	17	0.6%
教育	0	1	3	7	11	0.4%
批评	0	0	4	31	35	1.2%
电视与社会	0	0	2	26	28	0.9%
业务	0	50	129	487	666	22.2%
受众	0	1	4	24	29	1.0%
经营管理	0	2	11	193	206	6.9%
技术	33	168	67	234	502	16.7%
产业	0	0	2	74	76	2.5%
总计	33	318	484	2 171	3 006	100%

由表中数据可见,从1958年至2013年,关于电视节目研究的论著在数量上经

^{①②} 梁波.理论电视学[M].北京:中国传媒大学出版社,2015:172.

历了跳跃式发展的过程。尤其是1992年以后,增量是前一个统计时段的4至5倍。可以说,中国的电视节目研究在1992年以后步入真正形成体系的成熟期,不仅出现了大量关于具体节目个案及具体节目类型的研究文章,也出现了从宏观上将整个电视节目体系作为研究对象的论著。代表作品有1996年杨伟光的《中国电视专题节目界定》,2006年徐舫州的《电视节目类型学》,2007年张海潮的《中国电视节目分类体系》,2009年殷俊的《电视栏目学导论》等。

与其他类目做横向比较,节目研究的成果在数量上仅次于业务研究与技术研究,位列第三。而实际上,节目研究与业务、美学、批评、传播等类目的关联度非常高,这些类目在相当程度上都与节目研究相关。除著作以外,关于电视节目研究的论文成果也十分丰厚。在中国知网以“电视节目”为“篇名”检索词进行检索,自2009年以来,每年的期刊论文数量都在1100篇以上,其中2015年超过2000篇。

近几年,中国电视节目学的研究热点主要集中在下列课题:首先是新技术、新媒介环境对传统电视行业带来的冲击与挑战,由此引发对电视节目在新形势下发展方向的思考,代表作有2010年王兰柱的专著《中国电视节目创新与收视》等;其次,电视传播的价值追求问题也是近年来学界关注的热点,尤其是在真人秀泛娱乐化的背景下,如何在电视节目中传播优秀传统文化成为研究重点,代表成果有:李超2014年4月发表在《当代电视》杂志的论文《〈记住乡愁〉:中国传统文化的电视传播》等;此外,媒介融合问题也是研究的新方向,代表作有2011年胡正荣的《媒介融合时代的电视新闻创新》等。

总体而言,中国的电视节目学研究已经具备规模,除了成果数量的支撑之外,在研究类别方面也较为全面,既有关于电视节目类型、形态等宏观问题的理论著作,也有对电视节目个案、流行节目类型的微观分析,研究视角也十分丰富。遗憾的是,目前电视节目研究的绝大部分成果在理论深度上还有所欠缺,对个案或流行节目样式的探讨占据了绝大部分的比例。尽管也有不少关于电视节目分类、形态等基本命题的著作,但其间存在着讨论停留于表面,没有深入到对节目形态发展变化的深层原因进行理论探索的遗憾。由于研究对象的特殊性,目前中国电视节目学的研究主要囿于应用理论,鲜有触及电视传播基本理论的成果。

二、电视节目的“类型”与“形态”之辨

电视节目的“类型”与“形态”辨别问题是节目学研究最基础的命题。然而,目前大多数论著或文章在涉及这两个概念时基本处于混用状态。2011年张健的专著《当代电视节目类型教程》中对国内外最常见的8种电视节目类型做了重点分析。这8种类型分别是:新闻资讯节目、谈话节目、文艺节目、纪录片、电视剧、真人秀、电视电影以及广告。2006年陈国钦的专著《电视节目形态论》中分章节讨论了

电视新闻类节目、文艺类节目、电视剧、娱乐类节目、纪录片、广告这六方面的内容。上述这两部专著尽管书名分别冠以“类型”和“形态”，实际所叙本体却是相同的。其余涉及“类型”或“形态”的研究成果也大多存在着类似情况。

尽管这两个概念的混用显得有些约定俗成，但两者在本质上是有所区别的。名不正则言不顺，因此，在讨论电视节目形态问题之前，对这两个概念进行辨析是十分必要的。事实上，厘清概念不仅是理论探讨的基点，在描述电视实践现象时也显得十分重要。例如，《南京零距离》和《新闻联播》毫无疑问都属于电视新闻节目，在分类上是同一个类型，但十分明显，两者展现的节目形态是完全不同的。电视谈话节目中的《对话》和《鲁豫有约》在形态上的差异也同样显著。

“类型”这个概念并不是电视领域的原生概念。从语义本身来说，2005年商务印书馆出版的《现代汉语词典》将“类型”解释为具有共同特征的事物。从文艺研究领域中的类型概念来说，从最早的亚里士多德将文学作品分成悲剧和史诗两个类型开始，文学、电影学等相关学科便开始使用类型分析的方法，对文艺作品进行研究，并形成了各文艺领域的类型学说。这其中，与电视亲缘关系最为紧密的当属类型电影的研究。美国电影学家罗伯特·考克尔认为，“电影一旦发展出一种叙事结构，从仅仅展示事物（如火车离开站台或两个接吻的人）转向讲述故事，就开始形成类型。故事一旦被讲述，它们就立刻进入了一定的类型：浪漫的、情节剧的、追捕的、西部的、喜剧的”^①。这种颇具代表性的观点将类型电影看作由讲述故事的特定方式决定，认为类型是创作者和观众共同享有的一套期待系统或惯例系统。我国学者郝建在其专著《影视类型学》中认为，“类型电影是按照同以往作品形态相近、较为固定的模式来摄制、欣赏的影片”^②。尽管中外学者对电影“类型”的定义各有侧重，但总结而言，“‘类型’这一概念在其自身可以结为体的同时，也都可以与他物相区别，起到普遍与个别的媒介、多样与统一的联结的作用”^③。

迁移到电视领域，国内外学者对“类型”这一概念也都做过相应的讨论与说明。孙宝国的论文认为，“电视节目类型是指由具有相似元素与结构的电视节目所形成的类别。一般而言，类型是一个静态的概念，约定俗成，相对稳定，强调趋同”^④。英国学者大卫·麦克奎恩认为，“电视节目类型划分的主要依据在于不同节目所使用的特殊程式、惯例，这些惯例在观众经常接触之后就能够被一眼识别；不同的节

① [美]罗伯特·考克尔，电影的形式与文化[M]，郭青春，译，北京：北京大学出版社，2004：122。

② 郝建，影视类型学[M]，北京：北京大学出版社，2004：59。

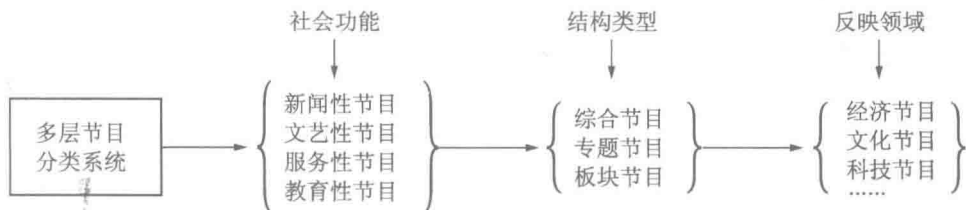
③ [日]竹内敏雄，艺术理论[M]，卞崇道，等译，北京：中国人民大学出版社，1990：81。

④ 孙宝国，电视节目三大概念[J]，中国广播电视学刊，2009(10)：33。

日类型使用的是不同的程式”^①。尽管这两种定义各有侧重,但概括来说,“类型”概念既包含了文本类别的理论划分,又涉及实践层面工业化生产以及收视消费的问题。从文化及意识形态角度来说,“类型”也是一个十分重要的研究视角。

中外电视研究中对“类型”的关注各有侧重。我国电视节目长期以来使用的“四分法”分类方式简单明确,从学理逻辑性上来说也比较严密科学。然而其短处也显而易见,随着电视实践的不断发展,电视节目的不断丰富,目前电视荧屏上相当数量节目是无法很好的用“四分法”来归类的。此外,由于分类条目设置的过于粗放,被归为同一类型的节目也往往显现出本质上截然不同的特性。学界显然已经注意到这种分类方式的不足,陆续有学者提出新的电视节目分类标准。如王振业等三位学者提出的“多层节目分类系统”,按照电视节目的社会功能、反映领域和结构类型进行分类。具体分类情况见下图:

多层节目分类系统图^②



王振业等提出的这种分类系统相较于传统的四分法而言更为科学和细致,同时也不失学理性。央视索福瑞媒介研究有限公司(CSM)作为国内影响力最大的媒介调查公司,其对电视节目的分类方式也同样值得注意。CSM在进行电视节目评估时,将其分为新闻、专题、体育、综艺等15大类,综合新闻、纪实报道等81小类。这种分类方式从学理性上来说并不十分严谨,也显得有些庞杂,但从实践操作的角度来说,也具备合理性和现实性。

国外研究者尤其是美国学界对“类型”概念的认知角度则明显更具现实操作性。由于好莱坞经验的存在,美国电视领域对“类型”的认识与使用天然地与工业化生产密切相关。目前美国国内通行的节目分类方式如下表:

① [英]大卫·麦克奎恩. 理解电视:电视节目类型的概念与变迁[M]. 苗棣,等译. 北京:华夏出版社, 2003:22.

② 王振业,方毅华,张晓红. 广播电视新闻性节目规范研究[M]. 北京:中国广播电视出版社,2002: 109.

美国电视节目类型划分^①

	类型	亚类型	亚类型下属的亚类型	
美国电视节目类型	信息性节目	新闻	全国和世界新闻	
			地方新闻	
			新闻脱口秀	
			24 小时新闻	
		新闻杂志	新闻娱乐脱口秀	
			调查与公共事务	
			名人新闻	
	娱乐性节目	喜剧	情景喜剧	
			动画喜剧	
			综艺喜剧	
		剧情剧	罪案剧	
			工作场所剧	
			家庭题材剧	
			混合剧	
			电视电影	
			纪录剧	
		其他剧种	肥皂剧	日间肥皂剧
				夜间肥皂剧
			科幻剧	
		真人秀		
		脱口秀	夜间脱口秀	
			白天脱口秀	
			资讯	
		游戏益智类节目		
		儿童电视节目		
		体育节目(各种球赛或运动会)		

① 张健. 当代电视节目类型教程[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2011: 11-12.

从这张表中,我们可以看出美国电视节目的类型设置完全从实用角度出发,创作者的创作基础便是类型,一旦类型明确后,节目的播出时间、制作经费、风格元素等都基本明确。而观众从观看的角度来说,也能十分准确和简便地找到自己喜欢和感兴趣的节目。这样的分类方式沿袭了好莱坞制片厂制度中的工业化生产标准,能够最大限度保证电视节目的经营收益,避免风险。

“形态”同样也是一个古老的概念。这一概念最早来自于生物学,艺术形态学借鉴了生物学中对机体结构的形态研究方法,成为了一门研究艺术形式及其规范的学科。在古希腊时代,亚里士多德在《诗学》中便将当时各门艺术按照所用媒介、模仿对象及模仿方式的不同分成各种不同的形态。之后,德国美学家莱辛在《拉奥孔》中对诗与画做了全面的比较,尤其是在形态方面的比较对后世影响很大。在18世纪后半期,艺术形态学有了进一步的发展,大批著作涌现。到19世纪,黑格尔的三大类型说和五大门类说等论述对现在的艺术研究仍有很大的启发。黑格尔之后,美国哲学家门罗于1954年在论文《作为美学分支的艺术形态学》中首次明确提出“艺术形态学”的名称,并初步确立了作为一门学说的相关概念、价值和研究范畴等命题。

当“形态”概念被引入电视研究之后,不同学者对电视节目形态概念的阐释也存在着差异。目前可见的代表性的表述有这样几种:一是电视节目形态是“指与电视内容相对应的外在表现形式”^①;二是电视节目形态是“电视节目形式的自然延伸和个性化拓展,也即由电视节目的形式、内容、气质和神韵构成的电视节目设计模板”^②;三是认为“在很多时候和很大程度上,电视节目类型和电视节目形态的概念是很接近甚至可以相互取代的”^③。由此可见,学界对电视节目形态概念的意见不但不统一,甚至存在较大分歧。第一种意见将“形态”等同于“形式”,研究视角显得十分狭窄。第三种意见则将“形态”等同于“类型”,这样的等同不仅使得“形态”研究丧失了鲜活的生命力和价值,也对“类型”的研究造成了不必要的干扰。在以上列举的三种代表意见中,笔者相对认可的是第二种意见,这种意见肯定了电视节目形态研究的独立性和意义,也强调了其在实践层面的价值。以这一意见为基础,本书在讨论电视节目形态这一命题时,有必要对这一概念的基本内涵作出界定:

首先,电视节目形态应当是电视节目内容与形式的有机统一体。其与电视节目的形式不是一个概念,而是包含形式在内的节目的整体风格与气质。研究节目形态绝不应该仅限于形式的研究,而应是对节目价值诉求、表达内容、样式元素的

① 王彩平,电视节目形态创新方式探究[J],南方电视学刊,2005(4):54.

② 孙宝国,中国电视节目形态研究[M],北京:新华出版社,2007:7.

③ 李立,认识当代电视节目形态[J],新闻界,2006(1):72.

全面讨论。

其次,电视节目形态与节目类型虽然有较强的相关性,但其内涵与实质存在明显差异。“类型”概念与工业化、模式化有着天然的联系,它代表的是相对静止的稳定状态。而“形态”这一概念更具流动性和灵活性,其包含了类型元素,也可以通过类型来体现,但总体而言,“形态”可以是跨越和包含“类型”的。

最后,在讨论电视节目形态问题时,应当将“形态”的流动性作为一个重要命题来考察,从纵向角度思考电视节目形态发展和演变的趋势,从横向角度比较各种节目形态之间的异同,从而体现这一概念在节目策划与生产领域的实践指导意义。

三、电视节目形态研究的意义

从理论角度来说,进行电视节目形态研究的理论价值,在于揭示电视节目表达内容与形式之间的融通关系。关于美和艺术,黑格尔有过这样的论述:“如果我们回忆一下我们关于美和艺术的概念已经建立的原理,我们就会看出这个概念里有两成因素:一种是内容,目的,意蕴;其次是表现,即这种现象的现象与实在——第三,这两方面是互相融贯的,外在的特殊因素只现为内在因素的表现”^①。由此可见,艺术的内容和形式是一个有机整体。电视节目学的研究方向十分丰富,有些研究重点关注电视节目内容与社会文化思潮之间的关联,有些研究侧重对电视节目样式的讨论,尽管这些学说自成体系,但如果缺失了将电视节目内容与形式作为整体进行考量的形态学研究,电视节目学研究始终无法完善。

与“形态”研究关联性较强的“类型”学说更侧重电视节目的分类,其主要研究目标是将一种节目与另一种进行区分与辨识,对电视节目中的元素、惯例进行分析,从而在节目生产环节提供某种标准。这一套研究体系对电影行业十分适用,长期以来,“类型电影”已经成为一种成熟和完善的学说。电影类型的发展相对稳定,考察电影发展史,我们会发现科幻、西部等电影类型在电影诞生不久后便已出现,经历了上百年的发展,表现手法虽然不断丰富,但是主要元素和惯例却一脉相承。期间出现的亚类型、反类型作品毕竟只是少数,对这些作品也同样能以母“类型”来做研究的参照标准。因此“类型”研究在电影领域是十分适用的。

而电视有其区别于电影的传播特点,当电视领域引入这一概念后,多少显得有些水土不服。相较于电影,电视节目类型的变异与发展显得随意而丰富得多。曾经在电视节目发展历史中存在过的很多类型,如“电视小说”、“电视散文”等早已不见了踪影。电视节目类型的更迭速度较快,影响电视节目类型变异的因素也更多。“类型”这一原本为“标准”和“稳固”而生的概念,在电视领域却始终面临着不稳定

① [德]黑格尔.美学第一卷[M].第2版.北京:商务印书馆,1997:122.

的状态。这种尴尬表现在电视节目类型研究的很多场合,例如,我国电视节目的分类标准至今也未形成公认的、科学的、能适应现实的严密的论断,这便是这一困境十分典型的体现。因此,以“形态”这一更为灵动的视角解读电视节目,显然具备科学性和现实性。值得注意的是,电视节目的形态研究不应成为类型研究的另一个名称,而应特别注意电视节目在价值追求、表现形式方面的流动性和发展性。这也是本书将关注重点确立为电视节目形态“演变”研究的理论基点。

“电视节目形态的概念是在电视节目发展的新阶段,也即在电视节目极大丰富的时期应运而生的,它是认识现阶段电视节目状况所需要的范畴,也是电视节目生产实践新发展在理论上的反映。”^①从实践角度来说,电视节目形态是节目策划的出发点,贯穿节目生产的整个过程。一种电视节目形态包含着制作这档节目所涉及的所有组合元素及其组合方式。节目形态的设计研发者根据其基本特征,利用基本元素装置节目结构,并注入差异性的元素对节目风格进行调整与润色,这样的创作方式充分体现了电视节目形态是具有生命力的灵活生动的有机体。在电视行业,形态的借鉴与复制是一种惯用的节目生产方式,形态可以跨越文化和语言界限在世界各国的电视生产中流动。不同国家和地区的电视节目生产者在充分研究当地社会文化背景后,可以将通行的节目形态本土化,形成具有自身特色,适合本地区传播的电视节目加以传播。在国外,一种电视节目形态就是一种文化产品,要经过多次调查、测试与试播环节的考量,才能最终成为可以在节目市场上进行交易的有效商品。目前,我国电视行业的生产也逐步朝着更科学、更专业的市场化运作方向发展。一方面,电视节目的生产与创新需要尊重受众需求,遵守市场规则;另一方面,电视媒体也应当进一步体现对社会价值的追求,在电视节目创作中弘扬我国的优秀文化,传播高尚、健康的生活方式与思想,为提升全社会的文明层次作出贡献。我国的电视节目形态研究应当有着积极参与实践的姿态,对电视媒体在当下的良性发展发挥有效的作用。

① 孙宝国. 电视节目三大概念[J]. 中国广播电视学刊, 2009(10): 34.

第一章 中国电视节目形态的演变历程

1958年,北京电视台成立,这标志着中国的电视事业正式拉开大幕,发展至今已有近60年的历史。尽管在漫长的媒介发展长河中,这近60年的时光流变只是短暂的瞬间,但对于成长中的中国电视而言,却经历了怎样高估都不为过的巨大进步。这半个多世纪,是中国社会经历制度转型、经济转型和文化转型的重要时期。作为媒介的电视,参与、见证、表现了社会的巨大变化,其自身的发展也受到这些转型的深刻影响。随着电视传播环境的变化,电视节目形态也发生了翻天覆地的巨变,从1979年以前节目形态单一固化的基础阶段,到90年代以后节目形态逐渐丰富的发展阶段,当下的电视节目正经历着新媒介崛起所带来的冲击与机遇。社会环境的变迁引发了电视传播功能、传播观念的一次次变革。站在这一视角梳理我国电视节目形态的演变历程,无疑会使我们对中国电视节目的发展问题得出更深入的见解。

第一节 电视事业的诞生与节目形态的雏形草创 (1958—1978年)

1958年5月1日北京电视台开始试播。几个月之后,上海电视台以及哈尔滨电视台相继成立,中国的电视事业就此起步。从1958年到1978年十一届三中全会召开,此间20年,是中国社会经历政治风波和经济困难的时期。电视机构作为纯事业性质的单位,节目形态显现出较强烈的政治与宣传色彩。

一、本时期中国电视事业发展概况

在“大跃进”的背景下,中国电视事业的诞生与政治密不可分。北京电视台在没有做好充分准备的情况下匆忙于1958年5月1日开播,其中的重要原因在于当时有消息认为台湾将在这一年的“双十节”开办电视台。于是,北京电视台开播时间的确定便具有了政治意味。在50年代中苏友好的大环境下,我国电视事业诞生之初,从技术到节目设置都模仿和借鉴了前苏联及其他东欧社会主义国家的发展模式。在“大跃进”的背景下,最早的三座电视台成立之后,其他省份的电视台建设也迅速上马,到1963年,全国共有电视台、试验台及转播台36座。然而,随着经济困难程度的逐步加深,电视大跃进遭受了挫折与中断。“1963年2月,全国广播事