

第一輯



中美韩 三国电视剧 研究

郭瑛霞 / 著

梳理中外电视剧发展历程
剖析中外电视剧制胜法则
中国电视剧的文化影响力

A Research on the TV Series of America, South Korea and China

中国传媒大学 出版社

中国传媒大学青年学者文丛

第二辑

中美韩三国 电视剧研究

A Research on the TV
Series of America,
South Korea and China

郭瑛霞 / 著

中国传媒大学 出版社

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

中美韩三国电视剧研究 / 郭瑛霞著. —北京:中国传媒大学出版社, 2017. 12
(中国传媒大学青年学者文丛·第二辑)
ISBN 978-7-5657-2144-1

I. ①中… II. ①郭… III. ①电视剧—对比研究—中国、美国、韩国 IV. ①J905.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 203420 号

中美韩三国电视剧研究

ZHONGMEIHAN SANGUO DIANSHIJU YANJIU

著 者 郭瑛霞

策划编辑 冬 妮

责任编辑 吴 磊

特约编辑 沈梦绮

装帧设计 拓美设计

责任印制 曹 辉

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024

电 话 86-10-65450532 或 65450528 传真:010-65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京艺堂印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 22.75

字 数 396千字

版 次 2017年12月第1版 2017年12月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2144-1/J·2144 定 价 68.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

总序

时值中国传媒大学成立 60 周年之际,中国传媒大学人文社会科学青年学者资助项目正式选定了十部支持专著,这是我校在人文社科研究方面所取得的又一成绩。

这套丛书的出版不仅是为了落实学校科研支持政策,更是为了响应国家的号召。2014 年,李克强总理与历年国家杰出青年科研基金获得者代表座谈交流时曾提到,人才特别是优秀青年人才是国家科技实力、创新能力和竞争力的重要体现,代表着国家创新的未来。做好这方面的工作,对加快转变发展方式、实施创新驱动战略具有重大意义。作为教育部直属的国家“211 工程”重点建设大学和国家 985“优势学科创新平台”项目重点建设高校,中国传媒大学在信息传播领域的学术发展也是我国高校人文社科研究发展的一个重要组成部分。

建校 60 年来,我校在科学研究方面产出了大量的优秀成果。特别是在信息传播领域,我校广大教师正确面对我国信息传播事业飞速发展过程中机遇和挑战并存的复杂形势,迎难而上、克难攻坚,始终保持着饱满的科研热情,坚守着学校的殷切期望,及时、准确地把握国家提供的战略契机,以充分的准备和足够的信心面对挑战、迎接挑战,积极开展多领域、内容丰富的科研工作,收获了累累硕果。在 2012 年教育部组织的全国学科评估中,我校新闻传播学、戏剧影视学两个学科均排名第一。

目前我校的 3 个学部(新闻传播学部、艺术学部、文法学部)、1 个中心(协同创新中心)和 5 个直属学院(播音主持艺术学院、广告学院、经济与管理学院、外国语学院、MBA 学院)是文科科研和艺术创作的主要力量源泉。同时,学校文科方面还拥有新闻学、广播电视艺术学 2 个国家重点学科,传播学 1 个国家重点培育学科,新闻传播学、艺术学理论、戏剧与影视学 3 个一级学科北京市重点

学科,语言学及应用语言学、动画学2个二级学科北京市重点学科;拥有教育部人文社会科学重点研究基地广播电视研究中心等部级研究机构13个和校级科研机构40个,在我国人文社科领域具有相当重要的地位和影响力。

近年来,我校在人文社科领域先后有2人入选“长江学者”特聘教授、2人入选“长江学者”讲座教授、3人入选“新世纪百千万人才工程”国家级人选、25人入选教育部“新(跨)世纪优秀人才支持计划”、2人次荣获国家级教学名师奖、2人次荣获全国优秀教师荣誉称号。更有越来越多的青年教师荣获教育部科学研究优秀成果奖、北京市哲学社会科学优秀成果奖等含金量较高的奖项。众多奖项和数字的背后,凝聚的正是全校思想活跃、朝气蓬勃的广大青年教师夜以继日、笔耕不辍的成果,他们是真正帮助我校文科科研日益发展壮大的薪火相传的主力军。这支主力军的成长得益于两个方面:

一方面,我校立足长远,着力于对广大青年教师进行有计划、有目标的专业培训,加大对青年教师科研项目的经费投入,鼓励青年教师进行交叉学科项目的科学研究。中国传媒大学科研培育项目的设立,有效调动了青年教师的科研积极性,整体提升了我校人文社科的科研氛围与科研能力;邀请国内外专家学者来校开展社会科学研究系列讲座,积极拓展广大师生的学术视野;研究《艺术创作与获奖评价体系》,将科研与艺术创作有效结合,激发广大教师艺术创作的热情;研究《重点学科指标评测体系》,将我校的优质学科与国内外顶尖高校的相应学科进行深层对比,巩固我校两个优势学科在全国的领先地位;打造《中国传媒大学文科科研手册》,方便教师全面了解科研工作情况;建设完成文科科研成果库(一期工程),共收集信息传播领域论文15 500余篇、著作3 258册、研究报告730余篇,形成了我校自建校以来最为完整的科研成果文献体系;本着“高标准、精投入”的原则,集中一批优秀科研人才,引导广大教师特别是青年教师围绕全媒体、大数据等热点领域积极开展科研工作,营造了一个砥砺切磋的良好学术环境,促成了更多高水平科研成果的产生。

另一方面,我校广大青年教师努力开拓创新,将现代理论有机融合于具体实践之中,在变化中求发展,在发展中谋变化,不断寻找立意新颖的科研课题,以蓬勃向上和不断进取的青春锐气、以孜孜不倦和奋力前行的勇气,扎根于文科科研工作,并不断茁壮成长。青年教师在学校“钻研、精研、深研”的方针指导下,凭借着旺盛的科研热情,在一系列科研、教学比赛和国际学术拓展中取得了令人瞩目的成绩。

此次青年学者出版资助项目就是这些科研成果中的一部分。也正是在优渥的科研鼓励政策的鼎力支撑下,才有了一批30~45岁的优秀青年学者倾心无忧,精心钻研,用心谋划,专心致学,大胆施展才华,安心科研工作,最终促成了“中国传媒大学青年学者文丛”的顺利面世。

学校文科科研的发展离不开青年教师的成长,学校管理机制的完善助力于青年教师的进步。希望我校广大青年教师在科学研究的道路上不畏艰险、勇于创新,不断探索前行!

是为序。

中国传媒大学副校长、教授

廖祥忠

2015年12月8日

目 录

CONTENTS

美国篇

第一章 美国电视剧播出体系 3

第一节 美国电视剧历史 / 3

第二节 美国电视剧播出平台 / 8

第三节 美国电视剧类型 / 17

第四节 美国电视剧播出机制 / 30

第五节 美国电视剧的收视状况 / 35

第六节 美国电视剧的文化内涵 / 37

案例分析:从文化内涵角度看《嘻哈帝国》的成功之路 / 39

第二章 美国电视剧制作体系 43

第一节 制作方式 / 43

第二节 制作决定流程 / 46

第三节 制片人与编剧 / 53

第四节 主要工会 / 59

案例分析:HBO 历史剧《罗马》的大制作之路 / 67

第三章 美国电视剧产业 72

第一节 发展概况 / 73

第二节 版权政策 / 75

第三节 产业特色与优势 / 78

第四节 美国电视剧奖项 / 80

案例分析:大数据引导的产业化之路——美剧《纸牌屋》的产业化分析 / 86

第四章 中美电视剧比较 91

第一节 中美电视剧类型差异 / 91

第二节 中美电视剧叙事结构比较 / 95

第三节 中美电视剧文化内涵比较 / 98

第四节 我国“美剧热”的原因分析 / 100

韩国篇

第五章 韩国电视剧播出体系 107

第一节 韩国电视剧发展历史 / 107

第二节 韩国电视剧播出平台 / 108

第三节 韩国电视剧的类型 / 120

第四节 韩国电视剧收视与受众分析 / 137

第五节 韩国电视剧的文化内涵 / 146

案例分析:铁打的亲情,流水的青春——韩剧《请回答 1988》热播分析 / 150

第六章 韩国电视剧制作体系 154

第一节 韩国电视剧的制作方式 / 154

第二节 韩国电视剧的制作流程 / 158

第三节 制片与编剧 / 162

第四节 韩国电视剧的制播流程 / 169

第五节 主要工会 / 177

第六节 韩国电视剧的奖项设置 / 179

案例分析:一不小心,掉进“奶酪陷阱”——《奶酪陷阱》的制作分析 / 191

第七章 韩国电视剧产业 195

第一节 产业概况 / 195

第二节 韩国文化产业政策与管理体制 / 196

第三节 产业特色与优势 / 200

第四节 版权政策 / 204

案例分析:欲戴王冠,必承其重——《继承者们》产业化分析 / 206

第八章 中韩电视剧比较 209

第一节 韩剧在中国的发展史 / 209

第二节 韩剧在中国的播出渠道及传播方式 / 214

第三节 中韩类型电视剧比较分析 / 223

第四节 中韩翻拍剧比较 / 231

第五节 韩剧风靡中国的原因分析 / 240

第六节 韩剧对中国电视剧的启示 / 245

中国篇

第九章 中国电视剧播出概况 251

第一节 中国电视剧简史 / 251

第二节 中国电视剧播出平台 / 261

第三节 中国电视剧播出类型 / 271

第四节 中国电视剧播出机制 / 281

第五节 中国电视剧奖项 / 288

案例分析:电视剧《花千骨》走红的多元分析 / 293

第十章 中国电视剧的制作体系 296

第一节 制作方式 / 296

第二节 制作流程 / 299

第三节 审查制度 / 306

第四节 主要工会 / 311

案例分析:从制作视域看《虎妈猫爸》的热播之路 / 313

第十一章 中国电视剧产业 317

第一节 产业概况 / 317

第二节 产业政策与管理体制 / 328

第三节 产业优势与不足 / 334

案例分析:网络自制剧《太子妃升职记》的多元产业化 / 340

参考文献 344

后 记 350

编者的话 353

美国篇

第一章 美国电视剧播出体系

第一节 美国电视剧历史

一、直播时期的美国电视剧

追

溯美国电视剧发展的历史可以发现,美剧最早产生于 20 世纪 20 年代的电视实验时期。1928 年,在通用电器公司做工程师的厄恩斯特·亚历山德森博士及其同事开始通过斯克内克塔迪市的通用电气公司广播电视台进行一系列的电视实验。

1928 年 9 月,亚历山德森开始考虑通过 WGY 电视台播放电视剧。9 月 11 日,在紧张而又刺激的忙碌中,一个老套的间谍情节剧《女王的信使》(*The Queen's Messenger*) 在 WGY 电视台开始播放,标志着世界上第一部电视剧成功播出。

《女王的信使》情节和摄制手段非常原始,但在当时却是一个非常艰难的创新与突破。这部电视剧只有男、女主角两个角色,电视剧制作人兼导演莫蒂默·斯瓦特只能用 3 个完全固定的特写机位来展现演员的表演。由于摄像机的条件限制,想要清楚展现主角的面部表情,必须采用特写镜头。“即使如此,演员脸上还需要强光照明,近在咫尺的大功率灯泡几乎要把演员烧着;挥汗如雨的演员……看起来如同鬼魅。”^①

① 苗隼,赵长军. 论通俗文化——美国电视剧类型分析[M]. 北京:中国传媒大学出版社,2004:16.

《女王的信使》引发了巨大的轰动。《纽约时报》第二天在头版上这样宣告：“在历史上第一次，一个戏剧表演由广播与电视同时播出。在这个近 40 分钟的广播戏剧中，声音与动作通过空间同时传来，高度同步，严丝合缝。”^①

到了 20 世纪 30 年代，电子式电视迅速发展并逐渐取代了机械式电视，全电子式的系统使电视画面质量得以不断提高。30 年代末期，NBC（全国广播公司）下属的美国无线电公司实现了公开电视播出，CBS（哥伦比亚广播公司）也建立起自己的独立电视台，两大电视网快速发展。1941 年 6 月，NBC 与 CBS 位于纽约的电视台分别获得了联邦通讯委员会颁发的执照，成为美国第一批商业电视台。

经过了二战时期的电视停滞期，20 世纪 40 年代末开始，电视如风暴一般席卷了美国的家庭。到 1950 年，全美共有 104 个电视台分布于 65 个不同的城市，在可收看电视的区域内，45% 的家庭购买了电视。电视技术的迅速发展推动了电视剧行业前行的步伐，美国进入了第一个电视的黄金时期。

20 世纪 50 年代前期，美国电视剧最主要的形式是直播系列剧，即“演播室里直播的栏目化戏剧集”^②。现场戏的演播室是一个拟真的剧院，上演着如百老汇舞台剧等的戏剧节目，对电视观众来说，直播系列剧就如同一个可以在家直接欣赏的百老汇表演。著名的直播系列剧有《赫曼名人堂》（*The Hallmark Hall of Fame*）、《90 分钟剧场》（*Playhouse 90*）、《克拉夫特电视剧场》（*Kraft Television Theatre*）等。除了戏剧集之外，许多其他的节目如喜剧、情景喜剧、肥皂剧等也采用直播的形式。“直到 1954—1955 年度，在所有电视网节目中有 87% 的节目仍然是采用现场拍摄而非胶卷录制。”^③“各电视网共制作了 2 000 部现场戏。”^④

这一时期的另一重要特征是早期情景喜剧的发展与繁荣。1947 年 11 月 18 日，美国第一部情景剧——杜蒙公司的《玛丽·凯与约翰尼》首播，该剧保留了广播情景喜剧的大量元素，讲述了妻子玛丽·凯与丈夫约翰尼及他们新生儿的家庭故事。另一类反映城市中少数族裔为生存而艰难挣扎的故事也深受观众的欢迎，包括哥伦比亚公司的《戈德堡一家》、全国广播公司的《赖利的生活》

① 威廉·豪斯，美国电视剧：实验年代[M]，塔斯卡卢萨：阿拉巴马大学出版社，1986：21-22。

② 苗隼，赵长军，论通俗文化——美国电视剧类型分析[M]，北京：中国传媒大学出版社，2004：17。

③ *Broadcasting Yearbook 1963*[M]，Washington, D. C. : Broadcasting Publications, 1963: 20.

④ 加里·R. 埃杰顿，美国电视史[M]，李银波，译，北京：中国人民大学出版社，2012：124。

等。50年代最受欢迎的节目——《我爱露西》于1951年开播,这部风靡全国的早期情景喜剧创造了年度收视率67%的历史最高纪录。

1955年,64%的美国家庭都已经拥有电视,全国有近460个电视台,美国家庭人均每天收看电视节目的时间达到近3.5小时,大众的娱乐需求迅速增长。“越来越多的大众希望消遣而不是欣赏戏剧。”^①直播剧的形式和内容已经很难满足观众的口味。1956年,磁带机录像技术进入市场后,借鉴电影胶片拍摄的录播形式取代现场直播成为主流。录播技术的发展使得电视剧拍摄得以摆脱单机位、单现场的方式,镜头可以变换焦距,特写镜头可以分开录制。这样的“多机拍摄”“现场切换”的方式大大扩展了电视的表达范围,使得电视上可以呈现不同场景的警匪故事、法院故事、医院故事和神秘的魔幻故事。20世纪50年代末至60年代初,直播剧渐渐销声匿迹,美国电视剧正式进入录播时代。

二、录播时代的美国电视剧

20世纪50年代末期开始,美国电视剧进入了录播时代。50年代末到60年代初美国电视剧坛上最耀眼的“明星”是成人西部片——讲述西部牛仔传奇故事的影片,其成就是其他电视类节目望尘莫及的。1957年至1961年的4年内,平均每年有11部西部片进入排行榜前30名。西部片的火爆,一方面基于其刺激的动作场面,另一方面是受当时动荡的社会时代环境的影响,与现实相反的邪不胜正的英雄故事给观众带去了巨大心理安慰。

60年代到70年代中期的美国社会处于一种极不稳定的状态中,愈演愈烈的民权运动,妇女解放运动,青年学生等的反政府、反越南战争运动以及反传统文化运动等都给美国人的生活带来了很大的冲击。但各大电视网却都采用“粉饰太平”的方式,以温和而不激进的态度、滑稽逗笑的手法来满足大众自我安慰的需求。美国文化批评家乔希·奥泽斯基评论道:“回顾起来,很少有事情比这样的事实更引人注目:1968年黄金时间的电视节目对周围现实世界的骚乱竟然完全置若罔闻。”^②虽然太过远离社会现实的西部片走向没落,但拥有相似内核的犯罪破案动作片却逐渐兴起。情景喜剧的收视也高居不下,尤其是《贝弗利

① 郭镇之,《中外广播电视史》[M].上海:复旦大学出版社,2008.

② OZERSKY J. Archie Bunker's America: TV in an era of change, 1968-1978[M]. Carbondale: Southern Illinois University Press, 2003: 1.

山乡巴佬》。该剧于1964年1月开播,剧集讲述了“奶奶将一只袋鼠误认作一只大型长耳野兔而引发的可笑遭遇”,吸引了7200万观众,并成为十年内收视率第二的节目。

60年代末期,受英国披头士乐队和其他反传统文化的青年的影响,美国电视台开始把反传统的各种形式运用到电视剧中,但这些改变仅仅是“换汤不换药”,电视台只是利用了青年的反叛行动、尖锐的种族问题和越南战争等符号,表达的仍旧是权威的观点。

随着社会环境进一步恶化,反映现实、反思现实、批判现实的要求终于被提了出来。情景喜剧《斯马瑟斯兄弟喜剧时光》开始直言不讳地表达反战立场,《尽在家中》大胆涉及越南战争、种族主义、同性恋、酒精毒品等社会问题,《陆军流动外科医院》更是把部队设置为背景以表达浓重的反战情绪。另外,电视电影、电视纪实剧和电视连续短片等新形式也出现在了荧屏上。美国的第一部电视连续短片《穷人,富人》由ABC(美国广播公司)播出,赢得了巨大的观众群。第二年,ABC再度推出改编自同名小说的电视连续短片《根》,描写了一个黑人家庭艰难的生活历程,具有非常强的现实意义,平均每集收视率高达66%^①。

但就是在这段动荡的时期,NBC、CBS、ABC逐渐发展,形成了三足鼎立的局面。1974—1975年,三网的垄断水平达到顶点,平均收视率达到了该年黄金时间^②观众的93.6%^③。这一时期,美国形成了相当完备的内容产业链,奠定了美国此后将近半个世纪的电视产业发展的基础。同时,美国政府在1970年出台了《财政利益与辛迪加法案》,在1971年颁布了《黄金时间准入法案》。这两个法案为制作者的利益提供了较好的保护,推动了美剧制作商面向全球生产与销售电视剧,从而促进了美剧的发展与成熟。

1972年11月8日,HBO(有线电视台家庭影院)首次播出节目;1975年,HBO取得了一颗通信卫星6年的使用权,随后其订阅用户迅速上升,短短几年内,HBO吸引了近60万个客户。HBO的成功带动了其他有线电视网的革新,特纳、娱乐时间电视网等有线电视网纷纷崛起,电视从此进入了一个全新的时代。三大电视网独霸天下的形势开始改变,电视媒体的生产制作与播出的主体

① Roots' ratings dip[N]. Pittsburgh Post-Gazette, 1979-02-28.

② 所谓黄金时间指的是每日18:00到次日2:00.

③ LEONARD S. ABC on its way out of the cellar[N]. New York Times, 1975-11-09(F1).

逐渐多元化。

多元化激烈竞争的市场刺激着各大电视网,突破与创新成为必然的选择。这一时期出现了许多前期未曾有过的具有社会进步性的高质量电视节目,包括福克斯的半小时动画喜剧系列节目《辛普森一家》,NBC 的《希尔街警察》(又称《山街蓝调》)、《科斯比秀》,CBS 的《卡格与莱西》《达拉斯》等。《希尔街警察》是 20 世纪 80 年代初最具创新性、最有影响力也是最受颂扬的黄金时间电视节目,它突破了电视剧以“老生常谈式的道德主体,简明单纯的叙事,黑白分明的警队里,紧张热闹的气氛,以及总是邪不压正的喜剧性结局”^①为传统的格局,其叙事真实、多样且具有相当大的不确定性的特点,使其成为一部全新的摆脱模式化风格的警察剧。

80 年代后期的黄金时间则被轰动一时的晚间肥皂剧《达拉斯》所占领。《达拉斯》讲述了美国著名石油富豪家族的命运变迁,展现了几代人之间的恩怨。它所表现的豪门世家中权力的竞争、贪婪淫欲的恣肆,吸引了 90 多个国家的观众。然而到 90 年代,这部剧又因不能展现现实生活而迅速失去对观众的吸引力。

三、新兴互联网时代的美国电视剧

20 世纪 90 年代中期开始,随着互联网的发展,全球迈向“数字时代”。在数字时代,电视节目的传送发生了根本性变革,以特定观众群为目标的节目设置成为被广为接受的准则,由此,节目分类和频道分类趋于细化,如针对 25—54 岁高消费女性观众的艺术和娱乐频道,针对 25—54 岁男性观众的历史频道等。这样的细化分类所蕴含的是一个电视网的重要战略——打造有效、个性的电视品牌。品牌意味着市场定位、节目质量和电视台的理念等,当一个电视节目或者电视台形成了品牌效应,就能拥有稳定的观众源和广告收益。从这一时期开始,电视剧集开始注重打造个性化的品牌。以 HBO 为例,斥巨资开展全国性的广告宣传,以超电视剧集平均投资水平的高投入,自制少量而高品质的电视剧——在这样的策略下,HBO 在短短几年内就成了电视上最热门的频道。其制作的《欲望都市》《监狱风云》《火线》等电视剧取得了极好的收视成绩。

^① 苗棣,赵长军,论通俗文化——美国电视剧类型分析[M].北京:中国传媒大学出版社,2004:29.