

■ 许行明 著

XIAN DAI CHUAN BO YU DIAN SHI WEN YI

现代传播与电视文艺

广播电视文艺系列丛书

中国广播电视出版社



| 广播电视文艺系列丛书 |

现代传播与电视文艺

许行明 著

中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代传播与电视文艺/许行明著. —北京: 中国广播电视出版社, 2000.8

ISBN 7-5043-3577-0

I. 现… II. 许… III. 电视工作-传播学 IV. G22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 67924 号

现代传播与电视文艺

作 者:	许行明
责任编辑:	贺 明
装帧设计:	李燕平
责任校对:	张莲芳
监 印:	张 杰
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	66093580 66093583
社 址:	北京复外大街 2 号 (邮政编码 100866)
经 销:	全国各地新华书店
印 刷:	河北省高碑店市印刷厂
开 本:	850 × 1168 毫米 1/32
字 数:	240 (千) 字
印 张:	10
版 次:	2000 年 8 月第 1 版 2000 年 8 月第 1 次印刷
书 号:	ISBN 7-5043-3577-0/G·1376
定 价:	20.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

内 容 提 要

电视文艺是我国电视节目中十分重要的一部分，传播学理论近年来在我国的电视领域得到了比较充分的认识。电视文艺节目发展的每一步对中国电视的发展都有影响，这种影响在某种程度上也波及到传播学理论的研究。传播学与电视文艺之间是如何相互促进的？本书试图具体的梳理一下电视文艺与传播学理论发展的关系。

目 录

绪论 我们再次关注电视文艺	(1)
第一节 电视从贵族走向大众	(3)
第二节 从辉煌到困惑	(18)
第三节 从喉舌到产业	(21)
第一章 传播学对我们的影响	(27)
第一节 媒介是什么	(28)
第二节 传播观念在我国的建立与发展	(40)
第三节 人际传播与大众传播	(46)
第二章 中国电视发展与传播学的关系演变	(56)
第一节 传播学带来了什么	(56)
第二节 电视是什么	(59)
第三节 什么是电视人	(75)
第四节 从寓教于乐到潜移默化	(79)
第三章 兼收并蓄——电视文艺	(87)
第一节 媒体与载体	(87)
第二节 电视文艺——现代传媒与传统娱乐的 结合	(90)
第三节 电视文艺节目与传统文艺节目传播的 异同	(97)
第四节 电视文艺发展的里程碑—— <u>春节晚会</u>	(102)

第四章 传播学理论发展对中国电视文艺的影响	(115)
第一节 电视文艺：向媒体本质的回归	(117)
第二节 从我播你看到你看我播	(120)
第三节 电视收视率——你争我夺为哪般	(124)
第五章 电视文艺与人际传播	(133)
第一节 技术变化与观念演变	(133)
第二节 大众传播向人际传播的回归	(136)
第三节 吸收与演变	(141)
第四节 电视的感性与理性	(148)
第五节 春节晚会繁荣的秘密：“人际传播” 在春节晚会中的成功运用	(150)
第六章 电视文艺对传播理论在中国的完善	(156)
第一节 春节晚会——电视文艺的第一次繁荣	(156)
第二节 逼上梁山——电视新闻节目改革	(170)
第三节 螺旋式上升——中国电视节目的发展形态	(179)
第七章 电视文艺的发展——电视游戏节目的出现	(189)
第一节 市场化的机制——电视游戏节目应运而生	(189)
第二节 电视游戏节目何以能够繁荣	(205)
第三节 电视游戏节目真的能一统天下	(206)
第四节 电视游戏节目热之后	(213)
第八章 电视游戏节目对传播学的影响	(216)
第一节 游戏——人类的天性	(217)
第二节 “家”里的游戏与“家”里的交流	(219)

第三节	电视游戏节目对传统意义电视文艺的影响	(221)
第四节	电视游戏节目对观众的影响 ——互动式的影响	(226)
第五节	对电视观念的再认识	(229)
第九章	我们的未来是什么	(246)
第一节	网络对传统媒体的挑战	(249)
第二节	传统媒体：抵抗还是合作	(274)
第三节	网络时代看传统媒体	(278)
第四节	冷落电视时代的来临	(279)
第十章	再谈电视观众	(282)
第一节	对电视观众的理解	(283)
第二节	电视观众的延伸	(285)
第三节	电视观众与传播	(289)
第四节	电视媒体与观众	(297)

绪论 我们再次关注电视文艺

- 1958年9月2日，北京电视台（中央电视台的前身）正式播出

- 1975年，中央电视台开始彩色播出

- 到1999年为止，中国正规的电视台数量超过美国的一倍，是日本的25倍、英国的260多倍

- 全国所有的省级和直辖市台通过中国的8颗人造卫星全部上了天

- 在1998年，近30个上“星”台大打娱乐牌，逼出了中央电视台8套“电视剧频道”，电视台开始向专业频道方向发展

- 90年代，电视过去的垄断地位开始崩溃

- 垄断之后的残酷竞争使得电视市场化日益临近

曾几何时，中国的许多观众惊叹、羡慕那些发达国家的观众每天可以看十几乃至几十个频道的电视节目。如今在中国，即使是在一些交通不太方便的农村，许多观众也开始感到家里过去只能收到8个或12个频道左右的电视机已不够用，由此也导致我国出现了最近几年少见的彩电一轮又一轮价格大战，其实明眼人一看就知道，经济领域里的“电视机”大战尽管已经到了如火如荼的地步，但对于真正的电视节目领域里的竞争来说，应该说仅

仅只是奏响了序曲。在以生产供给为主的年代，买一台电视机可能需要找各种各样的关系，甚至在一个时期还需要凭票才能买到。后来世界各国的彩电生产线都在中国找到了合资的生产厂家，或许那时精明的外国商人就已经看到了中国巨大的电视机市场，就像今天许多汽车生产厂家看到了中国巨大的潜在市场一样。但与汽车生产不同的是，当初有胆略去投资如此多的电视机生产线，应该说那些精明的商人或多或少的预测或感到了中国的电视市场，因为仅仅只是一个电视机恐怕无论它做得多么精巧也不会有人去买的，电视机最终销售的好与坏，其实要看电视节目的发展如何。假如今天的电视节目已经到了观众非看不可的地步，我想电视机厂家也就用不着为卖不出电视机而发愁了。将来的某一天，如果出现了电视节目大战，对于各电视台来说，也许是一件理所当然的事情。在如此之多的频道竞争中，如何有特色，如何创造和保持较高的收视率，对于每个电视台上到台长下到普通员工并不是一件轻松的事情。

因为电视技术发展到目前的水平，技术已经不再是妨碍电视节目发展的第一要素，最重要的是电视人的素质决定了电视节目的发展水平。当人们拿着电视机遥控器的时候，面对着的是几十个频道，如果他们发现没有什么可以看下去的节目，那将会是一种什么样的结局？

电视技术的发展在促进电视发展的过程中起到过相当重要的作用，它在某些时候甚至起到了推动电视节目发展的作用。但是今天，电视技术的发展，已经不再是制约电视发展最重要的因素，因为今天的技术已发展到只有你想不到的，没有它做不到的地步。换句话说，电视技术的发展已经超过了人们对其的使用需求，许多技术开发出来以后，几乎很少在实际的使用过程中用

过，这里除了技术开发是否对路以外，是否也反映了技术与电视节目水平的“差距”。既然技术已不再成为妨碍电视节目发展的因素，那究竟是什么让我们今天的许多电视节目“无人喝彩”？

第一节 电视从贵族走向大众

60年代以前出生的人应该都还有这样的印象：在他们的手中曾经使用过“布票”、“粮票”、“自行车票”、“电视机票”等等各种票据。在高度的计划经济时期，所有的物质都处于极其匮乏的状态，严重的时候甚至连吃饭都会成为问题，所以电视机对一般普通百姓家庭来说是一种可望而不可及的奢侈品，能够有电视机的家庭在社会上真可谓凤毛麟角。据不完全统计，北京电视台（中央电视台的前身）1958年9月2日正式开播时，在全北京市仅仅只有30多台电视接收机。全国电视机的数量即使全部加起来，尽管没有准确的数量，但由此我们也可以想像。因此，那时有电视机的家庭用我们今天的眼光来看无疑都是“贵族”阶层，因而电视自然而然的成为“贵族”享受的物品。

在我们这个人口众多的人口大国，解决温饱问题应该说一直都是一个比较头疼的问题，所以每一种现代化的产品出来以前都经历了一个标志着身份象征的过程：电视机、手表、缝纫机、自行车、电话、手机、汽车等等。不仅是一种象征，所有的这些东西在它们处于刚刚面世的时候，总是相对的稀少，所以几乎都有这么几个特点：昂贵、稀少、普通百姓难以消费得起等。正如今天我们看到老百姓想圆汽车梦一样，总是有点可望而不可及的感觉。

从电视台的数量来说，电视广播在1958年开播以后，并没

有像今天网络发展的速度一样发展起来，甚至在很长一段时间里，全国电视台基本上保持着一个相对稳定的发展速度，数量也相对固定，直到1980年全国也仅仅只有38座电视台，播出的电视节目也不过40套。在此之前的“文革”时期甚至还出现过一部分电视台暂时停播的现象，以至于电视台总体数量呈现相对减少的状况。而从传播内容来说，“宣传”是那时电视广播的一切，电视的声音与政府的声音是一样的，几乎政府在干什么，电视就会亦步亦趋地附合着政府的所作所为。所以，那时的电视节目在观众的收视习惯中并不占有重要的地位，由于那时的特殊的政治环境，人们的政治意识要强于对媒体内容的关注。所以，此时在电视领域里今天能够给人们留下印象的往往是当时那些带有探索性质的内容，而且往往在当时又是引起了一些争议的节目。比如在1961年到1963年举办过3次比较成功的“笑的晚会”，从电视发展来说，这3次“笑的晚会”应该是我国电视文艺发展最初的探索。但是，也正是这3次晚会在当时曾经引起了一些争议，而这些争议，今天看起来已经显得有点不可理喻。1962年，第二次“笑的晚会”最后一个节目是群口相声《诸葛亮请客》，节目播出以后，这个节目引起了极大的争议。节目用了类似于荒诞剧的表演方法。相声说的是：失街亭的诸葛亮命令将士出兵，将士不肯，要求诸葛亮请客。正在无计可施时，一名演员迟到，他还没有吃饭，手里拿着一包高级点心。诸葛亮便借花献佛，每位演员分到一块点心都满意而去，只有那位饿着肚子的演员反而没有分到，苦着脸无可奈何。当时我国正处于三年困难时期，所以节目的批评认为在当时粮食紧张的情况下演出这个节目是讽刺当时的粮食政策。其实也许创作者根本就没有考虑到这一层。而第三次“笑的晚会”之后，引起的争议就更大了，甚至出现了一些相

对来说比较尖锐的批评。认为这样的节目在全国性的电视台播出是“简直令人难以想像”。由此可见在当时的政治环境下对电视的要求已经出现了喉舌意识强于媒体意识的倾向。之后,“十年文革”时期,电视的发展几乎就谈不上了,这个时期甚至还出现过一些电视台停播的现象。在这几十年间,电视节目接收的工具——电视机一直处于供不应求的状态,直到80年代初期,普通百姓要买一台电视机尤其是彩色电视机都还需要凭票购买,这种状况持续到80年代后期才得到彻底改观。电视机才能够在市场上敞开供应。到1980年,全国拥有902万台电视机,平均每千人才拥有电视机9台。

电视机的紧缺,到改革开放之后的80年代末期和90年代初期,经济有了相当程度的发展,电视才逐渐走入普通百姓家里。到1992年,全国拥有电视台达到586座,电视机人口覆盖率达到81.3%,全国拥有电视机达到将近2.3亿台,每百人拥有电视机由10年前的0.9% (每100人拥有不到1台电视机) 增长到19.5%。也就是说,每5个人就拥有1台电视机。此时电视节目也增加到了644套,平均播出时间由10年前的每周的2018小时增加到26432小时。到90年代末期,这个数目又有了巨大的增长。所以,此时电视机的增长应该说对受众的收视习惯产生了巨大的影响。正是有了这样的一些变化,所以才导致电视从过去只有生活中经济条件相对较好的“贵族”家庭才拥有的家当变成平民百姓的家当。

老百姓此时开始关注电视里所发生的一举一动。而此时电视也开始注意自己的所作所为,希望最大限度地影响自己的传播对象。在这40多年时间里,电视经历了由刚刚出现时候的相对贵族化的身份降低到了平民百姓的日常用品。电视从最初的就像一

个高贵的贵族，始终与普通百姓保持一定的距离，到电视开始迎合普通百姓的胃口，其间的变化让我们也颇有一番感慨——三十年河东，三十年河西。

从这里我们不难看出，电视真正褪去高贵的身份应该是在电视得以普及以后。在经历了 80 年代和 90 年代两次大规模的基础建设以后，电视在我国得以成为影响最大的传播媒体，同时也促使了我国开始对传播学进行比较深入的研究。这两次大规模的对电视的普及主要集中在：

一是，80 年代电视台的迅速增多，使得人们得以方便、迅速地观看电视节目。而这种增多，80 年代开始之后各地新建了许多电视台。1983 年 3 月，当时的广播电视部在山东省青岛市召开的第十一次全国广播电视工作会议上，确立了“四级办广播、四级办电视、四级混合覆盖”的全国广播电视发展方针。从此，电视台开始如雨后春笋般的发展起来。据有关资料显示，在 80 年代初期，全国只有 35 家电视台，而且基本上以省级电视台或省会城市电视台为主。然而，到了 1994 年年底，全国县级以上的无线电视台达到 982 家，有线电视台为 1202 家，教育电视台有 941 家，合计为 3125 家。而这些都是经广播电影电视总局（原广播电影电视部）或国家教委和各地教育部门正式批准建立的，倘若把未经官方正式批准的有线电视台、站列入，数字将以万计。这个数字如果和发达国家横向比较，即使按照 1994 年的统计，中国正规的电视台数也要超过美国的一倍，是日本的 25 倍、英国的 260 多倍，比美国、俄罗斯、日本、英国、法国、德国、印度、加拿大、澳大利亚、巴西和巴基斯坦这 11 个国家的总和还要多 519 家。这还不包括每个电视台在一个电视台建制下设立的多个频道。这次大规模的电视台基础建设，使得电视这种

传播手段得以成为一种像广播一样的普通传播手段，迅速地普及推广。而电视台建立以后，每一个电视台都需要大量的电视节目，反过来又推动了电视节目市场的建立，使得电视作为一种传媒产业的雏形开始出现。电视节目的迅速增加，电视频道的迅速增加，使得普通百姓也能够收看到各种层次、各个侧面、内容不一的节目。

从心理学的角度来看，根据美国著名的心理学家亚伯拉罕·马斯洛的需求层次论的基本原理，随着经济发展到一定程度以后，人们的温饱问题基本得到满足，新的、更高一级的需求也会随之出现。从我国经济发展的速度来看，此时电视的出现正好顺应了人们的这种精神上的要求，最终导致电视开始走下神坛，向一般老百姓的生活靠拢。目前在我国几乎所有的省会城市及南方沿海地区的中等城市都可以看到 20 套以上节目，即使是在一个偏僻的小县城里，往往也可以看到当地无线电视台、有线电视台的节目。在一些农村的乡镇里也设立了有线电视网，甚至无线电视台。在没有有线电视网的农村，村民通过一般的电视天线也可以收到中央、省、地区和县电视台的七八套节目。而在那些一个电视台多个频道的地区则更多一些，因为他们并非一地一台，而是一地两台甚至多台，每个台又都有若干个频道。现在一个有线台一般都分为影视台、体育台、音乐台、文艺台、经济台等多个电视台。据不完全统计，最多的山东省淄博市，一个地级城市里办了 8 个电视台，其数量与中央电视台的 8 套节目相等，如果仅仅从数量上来说，人们收看电视已经到了很方便的程度。

二是，各个省级电视台从 90 年代初开始的节目上星工作，使得从硬件上来看的电视机得到在老百姓中普及之后，从电视发展的软件方面又一次大规模的推动了电视节目的发展，使得电视

节目得以在较短的时间内以一种超乎寻常的方式和速度发展，最终使得电视业的市场化步伐越来越近，从而使电视不得不再次以更快地速度向市民阶层靠拢。

各地电视台在经历了 80 年代的发展之后，一些省级电视台为了解决高山、海岛、边远地区的电视收看问题，于 1993 年开始着手建卫星台——电视信号通过卫星要比地面传播范围广。仅仅几年后的今天，到 1999 年，随着最后一个省级台吉林台的上星，所有的省级台和直辖市台通过中国的 8 颗人造卫星全部实现了上星。

过去电视作为一种垄断的行业，其经营发展基本上是靠政府的财政拨款维持生计，因而节目的好坏对于任何一个电视台的节目创作者或领导都是不成问题的问题，因为观众看不看电视对电视台来说没有任何影响，只要当地的领导能够认可节目，就不愁电视台没有钱。当时曾经流行过一个笑谈：在许多地方开会时，所有的与会人员都到齐了，可是领导就是不宣布会议开始，为什么？原来来报道会议的电视台记者迟到了。由于许多地方的领导比较认可电视台的存在，比较在意自己在当地电视屏幕上的“形象”，所以电视台过着不愁吃，不愁穿的日子，做的节目也是皇帝的女儿——不愁嫁，应该说日子过的是相当的风光。然而，进入到 90 年代，社会的方方面面都发生了比较深刻的变化，而这种变化当然没有能够让电视台置身于世外桃源。因为今天的改革带有明显的市场化的性质，最终使得许多地方政府想要维持自身的良性运转都感到捉襟见肘，从精力和财力来说，已经无暇顾及电视台的生存。作为一个独立的主体，电视台过去赖以依附的政府这棵大树没有了，不得不面临市场化选择的境地。

其实有一个一直困扰着人们的问题，电视台作为各地报道改

革最多的新闻单位之一，理应对改革最熟悉，对改革也应该有着最深刻的认识，但恰恰就是这些与改革最近的人最终却成了各地改革“最后”的堡垒，成为路灯底下的影子。如今，电视业与全国其他各个行业相比较，已经是一个改革相对滞后的领域，一些在包袱沉重的国有企业改革中都被视为理所当然的东西，在这里往往还只是大胆的设置，比如人员的配置、按劳分配的原则等。

从积极的方面来看，四级办电视与省级电视台上星的做法，从客观上对我国电视事业的发展起到了积极的作用，因为至少它将电视节目的卖方市场改为了买方市场，使得电视节目越来越繁荣。

由于地方电视台上星，受到最大冲击和影响的应该是中央电视台。从 90 年代开始它所面临的形势日益严峻，因为此时地方台对中央电视台的冲击已经不仅仅限于某一类节目，而是近乎于全方位的出击。省市台和有线台除了大打娱乐牌，出笼了一些颇获观众青睐的娱乐节目，如《快乐大本营》、《欢乐总动员》、《相约星期六》、《玫瑰之约》等，使得中央电视台的《综艺大观》、《正大综艺》等知名栏目以及部分黄金段电视剧的收视率猛跌。一批可视性强的电视剧也对其节目形成了较大的冲击，如《康熙微服私访记》、《太极宗师》、《还珠格格》等。面对这种咄咄逼人的架势，中央电视台也感受到了从未有过的压力。对地方台日益激烈的围攻中央电视台并不是听之任之，而是暗中磨剑。1999 年 5 月 3 日，中央电视台第八套节目正式改为电视剧频道。这无疑可视为是中央电视台为收复电视连续剧领域的失地而作出的一大反击。“这次改版也可以看做是为了适应媒体的竞争，提高收视率，增加广告收入。1997 年，中央电视台的广告收入是 43 个

亿，比1996年增加了十多个亿，1998年则基本持平，达到45个亿。”中央电视台对这次的改革进行了如此的评价。中央电视台精心磨了一年多的这把剑是否锋利，随着电视剧频道的开播，已渐见分晓。但这里最重要的却并不是谁收回了多少的失地，也不在于一个城池的得与失。其值得肯定的是，此次中央电视台在剧作的选择上更注重了娱乐性，这可以从黄金时段首推台湾的《施公案》系列中得到证明。此剧在台湾播出时，超过了颇有收视率的《包青天》。随后播出的电视连续剧《汉刘邦》，收视率也明显上扬。按照中央电视台影视部的设想，在电视剧频道全年播出的3000集剧作中，将有2000多集是新剧，每天将达到6集。在题材上，将以现实题材为主，同时还还将引进相当数量的海外作品。在播放的频率上，晚8点档将连续播出两集，晚10点档连续播出三集。这样的规模和频率，目前在全国是绝无仅有的。而随着中央电视台第三套及其他频道的频频改版，频道建设的趋势越来越明显，这种争夺也将越来越激烈。这是我们从地方电视台上星后，各级电视台节目带给我们能够感受到的变化。

然而，尽管各级电视台的增加，给我们带来了这些好处，但如果从经济的角度来看投入与产出相比，我们就会发现，在我国电视台的蓬勃发展时期，对电视台的投入与产出却不是成正比的，甚至在某些时候出现了反比的情况。

在我国之所以能够有如此多的电视台，其中一个很重要的原因就是由于我国电视台的划分基本上是以行政区划为单位的。而这种以行政区划为划分范围的电视台，它们所依附的是与之相对应的各级政府，一旦电视离开了政府这个依附体，其自身生存的能力就会大幅度的减弱。目前来看，随着市场化的步伐的加快，这种结果已经比较清晰地显现出来了。