

中国电视文艺 20 年

多 维 视 点

主 编 关 玲 何晓兵
副主编 游 洁

北京广播学院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

多维视点/关玲, 何晓兵主编. — 北京: 北京广播学院出版社, 2000.6

ISBN 7-81004-904-6

I. 多… II. ①关… ②…何 III. 电视节目-制作-研究-中国-文集 IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 70181 号

多维视点

主 编: 关 玲 何晓兵

副 主 编: 游 洁

责任编辑: 姜树琪

封面设计: 恒真设计公司

出版发行: 北京广播学院出版社

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电话: 65779405 或 65779140

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 装: 中国科学院印刷厂

开 本: 850×1168 毫米 1/32

印 张: 18.75

字 数: 460 千字

版 次: 2000 年 8 月第 1 版 2000 年 8 月第 1 次印刷

印 数: 1—3000

ISBN 7-81004-904-6/G·543

定价: 35.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序

任金州

1997年“星光奖”评奖期间，我和另一位评委，当时的中央电视台中心主任邹友开同志，在议论中萌生和策划了“电视文艺十年研究”这个研究课题，并交由当时的文艺系副主任关玲具体负责完成。我当时担任北京广播学院电视学院院长并兼任文艺系主任，三年中，北京广播学院及电视学院和文艺系都发生了很多可喜的变化，这个课题也一直在这种良好的学术氛围下不断地开展和进行。当这批研究成果即将出版之际，我在欣喜的同时也有很多感慨。

欣喜的是，相对于课题研究本身的实际需要来说，这个课题在经费、尤其是音像资料极其缺乏的情况下，能将课题完成到现在的程度。

感慨的是，这个课题从策划到实现完全走了一条与传统科研课题申报过程相反的路子。课题首先直接从市场和实践第一线中产生，面临市场寻找研究热点，然后才逐级申报，由院级项目到广电部项目、再到国家教育部项目，由于该课题的选择和确定来源于实际需要，也因此得到各级科研部门的重视和肯定。另外，这个课题研究完成的过程也有一些可以借鉴的地方，它改变了闭

门在家想课题和闭门在家艰苦地完成课题的做法，将课题直接与电视台的创作人员见面，在一次次不同主题的大小型的研讨会上与他们广泛和深入地探讨问题。许多鲜活的思想都来源于这些研讨会。这批成果中的电视文艺二十年研讨纪要——《话语纪录》就是这样产生的。仔细看这些会议发言，其中的生动不是坐在家里可以想象出来的。每一次研讨会上聚集了在广播电视艺术学、音乐学、社会学、文化学、传播学等学科领域可的专家，他们的论文构成了电视文艺二十年研究文集——《多维视点》。论文的学术性、研究视野的开阔性是该论文集令瞩目的特点。

这种面向市场寻找课题的科研思路是目前应该提倡的。

“电视文艺十年研究”课题的初衷，是要研究“星光奖”设立以来的电视文艺现象。后来课题改为“电视文艺二十年研究”也是很有道理的。

自1978年改革开放以来，中国电视文艺走过了虽然短暂却灿烂无比的道路，也因此有了自己的历史。1983年中国第一次出现“春节晚会”，电视综艺节目在全国范围内产生了巨大影响。与此同时，电视文艺专题、文艺栏目、文艺频道也日趋成熟和繁荣。1988年“星光奖”设立，至今，中国电视文艺形成了具有中国特色和相当水准的创作样式，并在多姿多彩中为全国电视观众带来了娱乐和享受，同时也为中国电视文艺理论研究提供了丰富的素材。但与繁荣的电视文艺节目相比，电视文艺理论研究一直处于相对落后的状态。全国各级电视台的文艺工作者除了在行业内相互模仿之外，缺少必要的理论指导，以至于中国电视文艺在一片繁荣的现象背后，无力解决许许多多靠经验难以解决的问题。本课题将以中国电视文艺二十年发展史为线索，从电视综艺节目、春节晚会、文艺专题、文艺栏目、文艺频道等内容入手，深入探讨具体节目所体现出的创作规律、创作风格和创作走向，进一步完善了电视文艺理论体系。

该课题的成果中还包括电视文艺二十年研究专著——《知行轨迹》。这本著作具有敏锐的视点、前沿的观点、新颖的形式。尽管书中有些说法还需推敲和完善，但它具有的锐气和实用性、指导性、可读性是显而易见的。这本著作中采用的量化统计和分析的方法，并对历史现象进行归类研究，在事实的基础上作结论。这些都是科学研究所应遵循的方法。书中涉及的产业化、观众接受等问题是目前亟需探讨和解决的课题。在传统的特性研究中，作者也提出了最新的说法。

这批研究成果的出版是令人欣喜的，但我知道这个课题的研究还会继续，其中存在的问题和遗憾，会在再版修订工作中进一步解决和完善。应该说，关于中国电视文艺的研究还在初期阶段，随着电视文艺节目的进一步发展和变化，这方面的研究也将会更深入、更全面。这三本书既是成果，又是新的起点。

2000 年 1 月

目
录

电视文艺基础理论类

3	电视文艺的时尚性	／关 玲
11	试论中国电视文艺受众的审美趋向	／施旭升
22	试论新时期电视文艺的价值取向	／郎 昆
27	浅论电视文艺的娱乐性与艺术性	／张 菁
36	多元文化中的定位与选择	
	——电视综艺节目的文化属性刍议	／修海林
53	发展中的危机	
	——关于我国电视文艺现状的思考	／冯 懿
63	加强文化栏目建设 提高观众欣赏水平	／刘喜国
69	关于中央电视台第三频道改版的若干想法	
		／邹亚丁
78	广播电视文艺沉思录	／周华斌

电视综艺晚会和综艺节目类

97	贯一为拯乱之药	
	——论电视综艺晚会的贯穿因素	／何晓兵
108	无法实现的突破	
	——电视晚会的尴尬和对策	／苗 棣
119	创造笑声与复制欢乐	
	——试谈综艺栏目的观念与模式	／张同道
133	论春节晚会的沿革变化	／张凤铸
149	关于电视综艺节目的几点思考	／彭吉象

156	论春节联欢晚会的文化意蕴	／李献文
166	大型电视综艺晚会编导的创作特性 ——从中央电视台的春节联欢晚会说起	／游 洁
183	创造大众传播领域的“经典样式” ——兼论电视综艺节目的创作	／贾磊磊
189	几分温柔几分丑 ——电视游戏综艺节目探析	／杜桦 吴秋雅
205	综艺节目：价值观念与审美取向	／张娅娅
217	从美国“综艺表演”看电视“文艺晚会”	／傅显舟
230	电视综艺晚会的文化观察	／江永长
241	从包饺子想到春节联欢晚会	／张群力
244	电视晚会呼唤个性化	／薛晓金
252	对目前电视综艺晚会的哲学思考	／郝朴宁
266	电视综艺晚会中的现代传播危机	／王海文 李亚东
282	对电视综艺晚会的几点文化思考	／蹇河沿
297	电视春节晚会刍议 兼谈北京电视台‘97春节晚会《走向春天》	／路海波
304	九八抗洪义演晚会的启示	／韩亚非
313	试论春节文艺晚会的创新	／魏素清
320	喜剧小品电视化辨析	／张群力
326	电视小品怎么了？	／李 立
330	再现·融合·创新 ——试论春节联欢晚会中的戏曲节目	／周晓岚
337	电视综艺、娱乐类节目主持艺术	／吴 郁

367	横看成岭侧成峰 ——《综艺大观》第 151 期创作构思中的逆向思维	／金 越
372	试论综艺晚会中的纪实	／周 文 刘铁民
382	大型赈灾义演晚会《我们万众一心》创作谈	／陈雨露
388	电视文艺晚会的美术设计	／张冬域
395	春节晚会怎么办 ——来自电视观众的调查报告	／刘 怡
405	电视综艺节目收视率分析 央视—索福瑞媒介研究	／郑维东

电视戏曲节目及其他

415	电视戏曲栏目得失谈	／杨燕
431	主题化和文化品位 ——对电视戏曲节目制作新视角的探索	／周晓岚
436	MTV：镜头节奏与音乐节奏的关系	／王凌雨
444	中国文化的传播者 ——论海外电视文艺的艺术特征	／郭霁虹

电视娱乐节目类

455	“游艺”冲浪启示录 ——世纪末电视人的必然选择	／徐 宏
464	玩是人的天性	／程鹤麟
472	湖南卫视的异军突起对中国电视的 有益启示	／时统宇
477	电视游戏娱乐节目兴起的主客观因素探源	／李 强

488	论电视娱乐节目的大众化	／周 琼
495	关于电视游戏娱乐类节目的思考	／刘 蕾
500	独放异彩的电视娱乐艺术奇葩 ——美国电视综艺节目的创意、风格、模式 及其主持人个性、素质分析	／赵淑萍
515	追求乐的风格、品位与特色	／魏文彬
518	电视娱乐本性的回归 ——从《快乐大本营》说起	／游 洁
527	愿游戏娱乐节目健康成长	／吴 郁
536	试论游戏类综艺节目的特点与现状	／吴晓莉
545	关于《快乐大本营》	／汪炳文
555	消费“真实” ——谈电视娱乐节目之特性	／王 静
559	“非常快乐”后的思考	／戴代红
564	参与性 ——电视游戏节目吸引观众的魅力	／江逐浪
569	电视娱乐节目 ——一种新型节目形态	／李志强
573	游戏节目火爆中的思考	／薛 华
579	关于电视娱乐游艺节目的思考	／刘彬
585	后记	／关 玲 何晓兵 游 洁

电视文艺基础理论类

电视文艺的时尚性

关 玲

1999 年 10 月，在一次收视调查中，当把一些历年来的春节晚会放映给大学四年级的同学看时，奇怪的是，收视效果曲线并不因为节目整体的好坏而变化。变化最大的曲线是年份，收视效果的好坏随着年份的增加而增加。峰值最高的是 1999 年，峰值最低的是 1983 年。一些专家们津津乐道的经典节目因时代不同，而产生了不同的收视效果。1984 年能让观众捧腹大笑的《宇宙牌香烟》，当现在 20 岁的年轻人再来看这个节目时，却因为他们不明白当时的社会背景而对节目摸不着头脑，节目没有产生当年那样的收视效果。

电视文艺与电视新闻在价值衡量标准上存在明显的不同。一般来说，新闻会因年代的久远而增值，而电视文艺则相反。电视文艺因为整体上存在的时尚性，而使节目整体上会随着时间的流逝而失去存在的价值。可是，电视文艺存在的时尚性在过去的电视文艺理论研究中并没有引起大家的充分重视。

在电视文艺长期的创作过程中，创作者发现，每一个时期，观众对电视文艺的要求不同，很多人将它称之为“时代性”。可以说，每一台晚会的编导都会在体现时代性上花费很大功夫。从

1984年的春节联欢晚会开始,《我的中国心》、《血染的风采》、《爱的奉献》、《全家福》等节目因能反映时代主旋律而成为一个时代的经典作品。在一个节目播出之后,我们常常评论说某某节目有“时代性”,但是,“时代性”与“时尚性”是两个不同的概念。

电视文艺当然应该真实地反映丰富的社会生活,反映人们在各种社会关系中的本质,表现时代前进的要求和历史发展的趋势。可在表现这种本质和趋势时,我们所有的人往往都只能是从与生活有关的点滴事件中去观察、判断、表达。这种观察有时并不准确,不能完全代表社会发展走向及其本质。观众如此,创作者也一样。我们所做的,只是在尽可能地将时代、社会本质阐释和演绎清楚一些。在电视文艺追求“时代性”的理论指导下,我们的电视文艺节目经常地梦想着成为经典,成为能够不随着时间流逝而被遗忘的、具有总结过去、尤其是能够预测未来的作品。于是,除非观众有和编导一样严肃的心情,愿意在节目和休闲时和你一起分析和研究社会。否则,一个分量表达不适当、不适时的电视文艺节目,会让你看上去、想起来绝望无比。

没有人会对电视文艺是否需要“时代性”产生异议。在传达或表现社会本质时,是否能够将一个整体概念具体化,是本文提出“时尚性”说法的初衷。它与将“寓教于乐”的严肃话题变得趣味盎然有关,但又不是同一问题。

“时尚性”不能等同于“通俗性”,它与我们曾经提出过的趣味性、艺术化再现等说法既有相应的联系,又有一定区别。它更强调与时代、与社会即时的关系。从普通观众的角度看,因文化程度上的差异、观念认识上的差异、所处环境的差异,“时代性”在创作者和观众之间形成一定的认知距离,时代性的表现手法上电视文艺的时尚性更容易被理解和认可。相反也可以说,创作者在表现时代性的时候,很难被观众理解、认同和接受。

现代汉语词典对“时代”的解释是：指历史上以政治、经济、文化等状况为依据而划分的某个时期。对“时尚”的解释是：当时的风尚。

第一，时代性比时尚性所包含的时间跨度要长得多。时代性中包含当代性的因素，时尚性在某种意义上能够等同于当代性。

第二，时代性肩负着反映一个时代主流的责任和义务，比时尚性更严肃，更厚重。它所涵盖的内容也更丰富。除时尚性以外，它的构成元素中还必须有政治思想性、民族性等等，而时尚性的内涵相对单纯。

第三，时代性相对于时尚性来说，由于要跨越过去和预测未来，在理解和领会上，对观众的集中注意力的要求更高。时尚性强调即时的、能感觉得到的现在，感性较强。

第四，既然反映的是一段时期内社会发展的本质特征，因此时代性又具有稳定性、特定性。相反，时尚性是不稳定的、常变的、多义的。可以说，时代性与时尚性存在着量变与质变的关系，而不是层次深浅的关系。

时尚性是构成时代性的重要元素。

电视文艺的“时尚性”指的是，在电视文艺中反映出的能够构成时代性的、短期内的社会审美趣味。在此，“短时期”相对于春节联欢晚会来说是一年，相对于其他栏目来说可能就是几个月。既然是当年或当时的，也就意味着它在是否反映了社会主流问题上既具有不确定性，同时又具有可能性。电视文艺时尚性中这种不确定和可能性中包含着的变量因素，恰恰是吸引观众的一种悬念，它会带给观众的一种期待感。期待感，在电视传播中是一个重要的概念。

中国电视文艺在自身发展的历程中，尤其是这二十年的历程中，在执著地为自己的艺术地位而不懈地努力。争取自身的艺术地位的过程，实际上也是努力将大众文化变性为审美文化的过

程。文化是人类对自身完美的一种精神追求，同时审美文化也是生活与艺术融为一体的文化。我们很难容忍远离我们生活，看不见、触摸不到的“概念”存在于我们的休闲时刻当中。

时尚意味着流行，时尚意味着轻松，时尚意味着生活，时尚意味着信息的及时交流，时尚意味着对趋势的不确定预测，时尚意味着导向。时尚是一种品位和格调。最关键的是：它是新的。新的观念，新的感觉，以及对新观念的新的感觉过程。

而时代性意味着理想与信念，时代性意味着理性思考和思考结果。它必须体现时代精神、时代风貌，积极地宣传党的纲领、路线、方针、政策，坚持为人民服务的宗旨，等等。

一般来说，电视节目包括电视文艺节目，无论在主观追求还是客观效果上，一定能够反映出节目所处的时代背景。时代背景怎样把握时代脉搏，通过每一个具体的节目来反映出时代性，是每一位编导在节目策划中必做的功课。但是，在提及时代性时，我们往往想到的是“奏响时代的主旋律”、“抓住改革大潮中的精神实质”、“反映中国社会的巨大变革”等等。于是，电视文艺节目在认识到自身承载量与表现手段存在矛盾时，更多地在“通俗化”上下工夫，忘记了它具有的时尚性特征。

“通俗化”与“时尚性”的差异在于，通俗化的含义中强调注意观众的文化层次，而“时尚性”则强调无论什么文化层次的人都应该具有对社会现在时的敏感与激情。与通俗文化相对应的是审美文化，时尚性则存在于“通俗文化”和“审美文化”两者之中。不同品位、不同文化层次的人眼中，会有不同的时尚表象，不同层次的人群中也会流行不同的时尚。但一件事是否构成了时尚，标准是一样的。时尚本身也有高雅与通俗之分。无论高雅的时尚还是通俗的时尚，在“现代意识”这一点上具有共同点。

电视文艺强调“时尚性”的意义在于，它可以在与时代更紧

密的联系中，将节目变成生活的一部分，而不是远离生活本身。

我们必须把“时尚性”放在现实大背景下，才能判断它与审美文化、大众文化及工业文化的差异。

有人在批评后现代工业社会的弊端时，曾经猛烈抨击过它所带来的娱乐化社会倾向，并认为这种娱乐化社会加速了大众文化生活质量的下降。但是，“享乐，是与创造同样重要的人的权利”，就像生产和消费有机结合一样。如果目前现时生活的潮流是休闲、享乐，那么我们不妨把游戏娱乐节目的出现看成当今社会的一种时尚。这种时尚或许是过眼烟云，或许会是今后电视节目和电视文艺节目永恒的主题。我们可以不急于对这种新出现的电视文艺现象下肯定或否定的结论，以平常心轻松对待各种新现象，应该是电视文艺、乃至电视发展到今天的成熟的做法。当人们在为游戏娱乐节目中表现出及时行乐的腐朽风尚而感慨万千时，是否看到了普通人对自身命运和对旧有传统的思索与发泄？是否看到了普通观众对传统的被动的单向的电视文艺的传播与接受方式的思索？游戏娱乐节目的产生是人们对后工业社会疯狂地讲求生产效率和生活速度的一种必然的反抗，虽然它客观上培养了人们轻薄的乐观，但它的出现有着极其深刻的历史背景。对旧有的电视文艺的模式反叛，不也是电视文艺改版风尚的原因吗？

“数字化”是当今社会最时尚的词汇之一，广播电视在数字化时代带给观众的绝对不仅仅是设备更新后的技术本身。当数字电视技术在传送信号时附加了压缩数据的功能和纠正错误信息时，同一个频道中成倍增加的更清晰的电视节目出现了。

但是，全新内容和全新面貌的电视节目出现了吗？数字化改变了节目制作、播出的质量，同时也改变了节目制作的思维方式和视听语言方式，其结果是培养了新一代数字电视观众。在此时观众已非彼时观众的今天，电视文艺一方面守着我思故我在、

存在既合理的哲理的观念，对已有的节目寻找到了不思进取的借口，另一方面又对新型的节目样式嗤之以鼻。这种看似清高的深沉不免有些落伍。

电视综艺晚会开始将传统的“综艺”概念，由歌舞、相声、小品、杂技等“艺术类型的综合”，改造为歌唱中有舞蹈、舞蹈中有杂技、杂技中有小品，甚至是一种艺术中有其他所有能够想到的“艺术形式的综合”，以及综艺晚会中加入音乐电视和专题片制作方式的“电视手段的综合”。已经将旧有的综艺概念偷偷改换了。这种集约化的信息传达方式深受观众喜爱，可是并没有人明确地指出这是电视文艺的一种时尚。

在综艺节目集约化传达信息的这种时尚的背后，实际上也是现代社会追求效率、崇尚信息的结果。在这么一个追求高效率信息传递的时代里，生产速度、消费速度、交通速度等所有的速度都变快了。而词语的速度和传播的速度变快后，直接影响的是，人的思维与接受的速度同样变快了。这是一个推崇快速和简明扼要的时代，传媒语言、广告语言和数码语言将生活变成碎片，人们接受信息的状态是开放的、立体的。于是，一个小小的舞台上被切割成无数的表演区，平面的舞台开始变成楼房，传统的上场门进、下场门出，变成上天入地、台前台后、甚至是上天入地，台前台后同时进行。只要是能最终落到观众中心视点就行，很有美国大片的场面调度观念和风格。这种立体的多重场面调度的好处和目的是，让观众在眼花缭乱中满足渴求意外惊喜的愿望，同时也满足似乎永远不会饱和的现代思维习惯。不过，当一个慢慢悠悠、信息点单调得不能再单调的节目出现在特技和复杂场面调度盛行的电视文艺百花丛中时，难道你不会为它的单纯和唤起了你的回忆而感动吗？永恒的“意境”在大家都淡忘了的时候重新出现，也是一种时尚，这就是《旋转舞台一百年经典》成功的秘诀。当然，它也是时髦的现代光与色观念下的产物。