

<<时尚拼贴>>

图书基本信息

书名：<<时尚拼贴>>

13位ISBN编号：9787533628383

10位ISBN编号：7533628381

出版时间：2002-2

出版时间：安徽教育

作者：张同道 编

页数：417

字数：340000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<时尚拼贴>>

内容概要

大众媒介众声喧哗，电视栏目如何浮出水面?《时尚拼贴——解析中国电视栏目》直面中国电视当下状态，将真实节目、综艺节目、体育节目、文化节目、音乐节目、经济节目等电视栏目类型的历时发展置于共时语境，从受众定位、结构形态、主持人、电视语言、包装方式等构成元素以及人文色彩和社会角色深入剖析梳理荧屏绚丽而纷繁的羽毛。

<<时尚拼贴>>

作者简介

张同道，北京师范大学艺术与传媒学院教授。

博士生导师、纪录片导演与研究者，主要作品有《居委会》（入选第十四届阿姆斯特丹国际纪录电影节、2002年巴西歌德电影节 2002年韩国釜山对话电影节）、《沙湖画人》、《风过白马山》、16集电视纪录片《经典纪录》（总导演）。

主要著作有《探险的风旗》、《时尚拼贴：解析中国电视栏目》、《电视看客：调查中国电视受众》、《媒介春秋：中国电视观察》。

发表学术论文百余篇。

现主持国家与北京市、教育部课题4项，其中“世界纪录电影大师研究”是一项重点课题。

<<时尚拼贴>>

书籍目录

前言第一章 纪录与真实：真实节目 第一节 《东方时空》：中国电视路标 第二节 纪录片栏目化与中国的纪录片现象 第三节 《锵锵三人行》：谈话意识流第二章 快乐时光：综艺娱乐栏目 第一节 风生潮起：综艺娱乐节目在大陆兴起 第二节 经典文本：综艺娱乐节目的发展阶段 及娱乐模式分析 第三节 是非兴衰：综艺娱乐节目的未来走势 第四节 综艺娱乐栏节目读解第三章 荧屏竞技：体育栏目 第一节 40年中国电视体育栏目发展掠影 第二节 电视体育栏目特征 第三节 电视体育栏目发展趋势第四章 群体守望：对象化电视栏目 第一节 对象化栏目：一个发展的概念 第二节 对话窗口：从节目内容到表现形式 第三节 以人为本：文化选择与电视观念的形成 第四节 对象化栏目解析：观看《大风车》的三种方式第五章 荧屏乐章：电视音乐栏目 第一节 锻造乐器：技术革命带来美学创新 第二节 乐海拾贝：从个案看不同类型的音乐栏目 第三节 繁华视听：音乐栏目的现状 第四节 繁华背后的匮乏：音乐栏目制作观念探讨 第五节 路在何方：音乐栏目发展预测第六章 电视的文化版图：文化栏目 第一节 电视文化栏目元素与特征 第二节 电视时代如何读书？——从《读书时间》谈起 第三节 文化与审美的困境——《中国风》栏目分析第七章 屏幕上的新生活：生活服务栏目 第一节 生活服务类栏目概况 第二节 有关生活服务栏目的调查 第三节 个案分析 第四节 生活服务类栏目特点分析与发展趋势第八章 专业频道与电视栏目：CCTV-2解析 第一节 经济生活服务频道产生的条件和具有的特征 第二节 经济生活服务频道中电视栏目的设置 第三节 对经济生活服务频道中典型栏目的分析 第四节 专业频道与电视栏目的设置后记

<<时尚拼贴>>

章节摘录

书摘 2 休闲娱乐成为大众日常生活的一个重要组成部分 伴随着20世纪70年代末期政治思想解放运动而来的经济解放运动经过近二十年的持续快速发展,到20世纪90年代,我国不仅早已送走了经济短缺的历史阶段,而面临的是经济体制的转轨,消费产品已经出现了某些相对过剩。

中国人的生活水准已经开始从温饱向小康过度,人们的生活方式和生活环境开始发生质的变化。

“大干快上”退出历史舞台,“休闲娱乐”注重生活品质成为公众生活的新准则。

20世纪90年代的电视娱乐的制作在这样的生活环境中焕发生机。

20世纪90年代末期,社会又出现了新的变化。

国家经济进行了结构性大调整,出现了大批“下岗工人”和无职业人员和流动人口,他们的不平、不解和愤懑情绪需要找一个宣泄的通道。

这是问题的一个方面。

另一个方面是,随着双休日的推行和节假日时间的延长,人们可供自由支配的时间增多。

根据有关统计表明,实行双休日以后,中国城市居民可以支配的空闲时间从平均每天3.5小时增加到5.5小时。

那么人们究竟如何填充这么多的时间呢?

外出旅游度假、逛商场购物虽然也是一种休闲,但需要有一定的资金支持。

而就经济、方便而言,在家看电视无疑是人们首选的休闲方式。

2000年春天,六大城市调查先后表明,中国城市居民,除广州、深圳等几个沿海开放、教育发达的城市假日生活极为丰富外,其他厦门、杭州、青岛、北京等城市居民首选的娱乐方式还是看电视。

沿海开放城市尚且如此,内地省市就更不用说了。

从娱乐节目看,湖南卫视之所以1999年火爆荧屏,与电视提供了廉价娱乐方式有关(一次投资,长期享用,更方便快捷),它在广州、深圳等几个城市的影响力远远不如在内地那么强烈。

另一方面的原因是20世纪90年代以后,中国社会竞争骤然加剧,由于短缺经济结束,买方市场形成,生意越来越难做。

企业公司之间以及个人之间的竞争日益激烈。

对普通老百姓来说,由于数量巨大的下岗人员和各种隐性失业人员的存在,在业在岗的工作人员也面临空前巨大的竞争压力,表面上是工作时间减少,而实际上是工作强度和竞争压力增大,大多数人在工作一天之后往往是筋疲力尽、身心疲惫。

在周末放松一下心情,好好看看娱乐节目,不失为一种有效的休息。

综艺节目为人们提供了一个集体的娱乐空间,使人们情不自禁地走进去,共享一种视听快感。

它使饱经忧患的公众得到了象征性的满足,为焦虑的人们提供了一种心理抚慰。

这种满足和抚慰,在一定程度上缓和了人们在现实生活中的心理紧张和内在焦虑,也强化了个体对社会的认同感和安全感。

综艺娱乐节目对于人们心理结构的平衡和调整,对于社会秩序的建立和维护发挥着它的文化整合功能。

20世纪90年代初综艺节目尚以彬彬有礼的智性综艺娱乐节目为主,20世纪90年代后期则更多地以强烈形体动作和险象环生的游戏为主;20世纪90年代初的综艺节目以“赏心悦目”为主旨,20世纪90年代末的综艺节目以肢体游戏为主,以疯狂打闹、尽情宣泄为目的。

这与人们心理压力增大,宣泄强度也随之增大有关。

3文化形态由精英文化向大众文化转型 20世纪90年代综艺节目的崛起与文化由精英文化向大众文化的转变有着不可分割的关系。

20世纪80年代大陆地区文化的主导形式是精英文化。

精英文化注重思想深度,注重内容的教育性、严肃性,而比较忽视娱乐性。

20世纪80年代,大陆掀起了几度文化热、方法热,单就文学的发展来看,就经历了伤痕文学、反思文学、改革文学,寻根文学、探索小说、实验戏剧和现代主义诗歌运动。

文学的主人公大多是精神受创伤和反思社会悲剧的知识分子,挺立潮头的改革英雄,上下求索追寻传

<<时尚拼贴>>

统文化根源的文化精英。

一直到20世纪80年代末到20世纪90年代初，新写实主义文学兴起之后，文学塑造的中心人物才还原为普通大众。

与这些文学潮流相呼应的是20世纪80年代到20世纪90年代，文化界发生了几次文化大讨论，如20世纪90年代初期，张炜、张承志掀起的波及广大、影响深远的人文精神大讨论。

有趣的是，这次文化大讨论似乎为20年代中国几次大规模的文化讨论划上了一个句号，精英文学的位置从社会中心退居边缘，大众文化借助大众传播媒介的声势闪亮登场。

20世纪90年代报纸相继扩版，改版，推出周末版，娱乐版。

广播推出听众点播等多样化的娱乐节目。

电视也在20世纪90年代媒体革命大潮中经历了一场大型的变革。

1990年中央电视台推出的《正大综艺》可以看做精英文化消退，大众文化勃兴在电视媒体上的表现。

这一天，也是中国电视娱乐化发展的分水岭。

4综艺娱乐节目契合人类的游戏娱乐本性 电视娱乐节目的兴起和发展，从受众心理学角度分析，在于它唤起了人类内心深处的“游戏情结”和娱乐本性。

游戏是人的天性。

从人类社会的发展历史来看，游戏在人类智力的开发和艺术发展中曾经起过积极作用。

作为一种人类的个体无意识积淀在每个人的内心深处。

从人的个体心理发展来看，不同时代、不同地域、阶层会有不同的游戏方式和内容，但每个人伴随着欢快的游戏度过了自己的童年时代。

正是通过种种游戏，儿童学习竞争、妥协，个体发挥和相互配合，并发现客观世界的规则和社会对他们的期望。

这种进取精神和对游戏规则和社会综合道德的掌握，是现代人赖以生存和发展的必要条件。

在心理研究中发现，某些不太玩游戏的孩子，其智力发展相对迟缓，语言表达能力比较弱，与他人交流沟通的能力也很差，缺乏竞争意识和合作精神。

因此，游戏对个体的人和人类整体都有着巨大的影响。

这种影响随着个人年纪增大而逐渐收敛，却作为一种“游戏情结”积淀于人的潜意识中。

电视游戏节目的出现，使人们直接参与电视游戏，重温童年时代的快乐和兴奋，体验游戏的紧张、刺激、创造性、无法预期结局等奇妙感觉。

席勒说过：“只有当人在充分意义上是人的时候，他才游戏；只有当人游戏时，他才是完整的人。”

“人应该同美一起只是游戏，人应该只同美一起游戏。”

从另一方面来说，游戏为城市人提供了疏通一个宣泄心理重压的渠道。

人的心理是一个锅炉，由种种外在社会规则做成坚硬的外壳。

锅炉内部能量如果积压过多而得不到释放，终究会爆炸。

因此，必须找一个安全可靠的办法，时常把过多的心理能量疏通、排放出来，维持内心的平衡。

电视游戏节目的广泛性、大众性和参与性恰恰提供了这样一个健康宣泄的渠道。

现代的生活节奏快，压力大，使得这种宣泄十分必要和迫切。

叔本华说过“人生不过是一个钟摆，在痛苦、欢乐与无聊之间来回摆动”。

综艺节目就是这样一个调节“生活钟摆”的钥匙。

现代人终日生活在忙碌、竞争、恐惧不安之中，需要找另一个环境来呼吸、放松、休闲，让灵魂进入无忧无虑的状态，然后再去迎接更多的挑战。

5文艺的后现代性思潮渐渐“浮出水面” 从国际范围看，20世纪60年代以来，后现代主义思潮闯入文化界与艺术界，一向被视为神圣的艺术创造跌落为特殊的商业活动。

它用语言游戏来抹平深度，抹去历史意识，调侃人生。

20世纪90年代，中国文化也经历了一次深刻的变化。

20世纪80年代中期以来以寻根派文学和先锋主义艺术流派为代表的反思社会历史的深刻性艺术创作活动也随风而去。

王朔就多次宣称自己的创作是“码字儿”的。

<<时尚拼贴>>

20世纪90年代初兴起的新写实主义已转向彻底的平民化。

先锋性的匮乏导致艺术创作在精神层面的贫瘠，只追求一种表面上的感官娱乐。

商品经济的兴起加深了这种趋势。

20世纪90年代初期定型的《正大综艺》中的游戏娱乐节目尚保留了较多的理性观察、分析、判断，而20世纪90年代末兴起的《快乐大本营》则几乎只剩下肢体的狂欢和肆意。

.....

<<时尚拼贴>>

媒体关注与评论

前言张同道 观众不看电视台或电视频道，观众看的是电视节目。

说到某电视台，人们最先想起的总是它的品牌节目，如中央电视台的《焦点访谈》、《东方时空》、《大风车》，北京电视台的《东芝动物乐园》、《环球影视》、《纪录》等。

电视台最早播出的是单个节目，但这种没有秩序的节目往往给观众带来观看的不便：不知道什么时候能看到什么节目。

于是，一些类型相似的节目安排在一个相对固定的时间播出，逐渐形成电视栏目。

电视栏目是电视节目的播出方式，定时、定量播出结构相同、风格相近、内容相关的电视节目，建立电视台与受众的约会机制。

在构成电视栏目的诸元素中，主持人是电视栏目的人格化代表，没有主持人的电视节目不是完整的电视栏目。

受众定位是电视栏目的核心定位，选题方式、结构形态、主持人、电视语言和包装风格等系列元素都受受众定位节制。

电视栏目不仅仅是电视节目播出方式，而且标志着电视从手工作坊发展为文化工业生产阶段，电视节目制作与传播呈现出新特征：制作标准化、播出契约化、传播人格化。

明确地说，电视栏目是一种大众传播媒介里的文化工业产品。

电视频道如同土地，电视栏目则是粮食，没有粮食的土地是荒芜的。

电视栏目是电视频道的支柱产业，尤其品牌栏目不仅是经济支点，也是电视频道形象的塑造者。

因此，不管是专业频道还是综合频道，也不管制作与播出分离与否，品牌栏目是电视频道最重要的支持元素——电视频道的竞争归根结底是电视栏目尤其是品牌栏目的竞争。

美国电视理论中并没有电视栏目这个术语，它的电视节目统称TV program或TV show，前者是真实节目如新闻、纪录片，后者带有表演性，如谈话节目、娱乐节目。

美国电视理论是另外一个完全不同的体系，但栏目化播出也是目前普遍采用的方式，并且培育出不少影响广泛的品牌栏目，如《60分钟》、《奥普拉访谈》等。

中国电视从1985年开始推行栏目化，20世纪90年代实行栏目化播出，其间创造了许多品牌栏目，除上述栏目外，还有《综艺大观》、《正大综艺》、《实话实说》、《新闻调查》、《夕阳红》（中央电视台）、《快乐大本营》、《玫瑰之约》（湖南卫视）、《非常男女》、《锵锵三人行》、《凤凰早班车》（凤凰卫视）、《人生AB剧》（浙江卫视）、《智力大冲浪》（上海电视台）等。

这些电视栏目形成了中国电视总体的丰富与繁华。

自1990年以来，综艺娱乐节目与新闻纪实节目几番争夺，而文化栏目、对象化栏目、生活服务性栏目、体育栏目也获得空前发展，形成以新闻栏目和综艺栏目为中心的多元共生的栏目总体格局，布局逐渐接近合理，其中综艺化与对象化成为电视栏目发展的主要趋势。

综艺化是顺应大众趣味的发展趋势，从服务性的红娘节目《今晚我们相识》到综艺化的《非常男女》、《玫瑰之约》，从放眼国内国际大趋势的《新闻联播》到以播放国际政治人物的生活细节为主的《国际瞭望》和专门报道娱乐新闻的《娱乐现场》，综艺化蔓延为一种时尚。

对象化是指为特定受众制作的电视栏目，原来的电视栏目大多对象宽泛，《当代工人》把几亿工人作为自己的服务对象，理想过于宏大，而现代电视走向分众化，如中央台第二套节目逐渐实现专业化，《证券时间》、《对话》等栏目开始寻找更为细腻的受众群。

当然，中国电视栏目也存在一些误区。

首先，电视栏目版图倾斜，商业气息浓郁。

……

<<时尚拼贴>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>