

# 中国电视娱乐节目的发展趋势

——以湖南卫视《快乐大本营》为例

夏立伟

(成都大学,四川 成都 610106)

**【摘要】**本文主要是以我国已进入崭新的信息社会和传媒时代为背景,在电视结构学和电视营销学的基础上从本体出发认真考察当今优秀娱乐节目如何塑造别具一格的媒介文化和建设有旺盛生命力的媒介品牌经济。特别以湖南卫视“快乐大本营”为例,成功改变了传统电视节目“精品+严肃”的固定模式,为观众带来笑声的、轻松愉快的电视节目也能成为文化精品。以独家的创意去组合和构造节目,去表现独有的价值和社会意义,营造积极健康向上的电视环境。

**【关键词】**电视娱乐节目;发展趋势;湖南卫视;突破;创新

**【中图分类号】**J951.2 **【文献标志码】**A **【文章编号】**1673-1891(2015)03-0090-03

DOI:10.16104/j.cnki.xccxb.2015.03.026

## 1 电视娱乐节目的产生背景

文化是民族的灵魂,是人民大众的精神家园,丰富的精神文化生活已成为当今中国人的热切期盼和愿望。改革开放30多年来,中国不断深化文化体制改革,推动中国特色社会主义文化大发展,大繁荣,文化产业蓬勃发展,文化产品创作生产十分活跃,文化精品不断涌现,显著提高了全民族思想道德素质和科学文化素质,促进了人的全面发展,增强了国家文化软实力。随着改革开放后物质生活的改善和提升,人们对电视文化的依赖性越来越强,几乎每天都离不开电视节目。在观看电视节目时,人们一方面比较关注国情时事类节目,因为它直接关系到自己生存发展的时代背景;另一方面需要寻求一种轻松的娱乐方式,因为它可以缓解人们内心的压力,所以,新闻类和娱乐性节目在信息社会和传媒时代备受百姓青睐,成为电视节目的两道“主餐”,其中娱乐性更受关注和喜爱。

娱乐节目作为电视节目中最活跃的形式之一,具有其独特的优势,例如轻松、幽默、活跃,为此很有观众缘,屡创收视新高。虽然观众是一个广泛多元的群体,年龄有差异,男女性别有差异,学历职称有差异,工作经历和职业有差异,但都不约而同的认可娱乐节目。为什么?是因为观众可以从娱乐节目中,体验愉快,身心放松,精神刺激,心无旁骛,毫无负担,且受到教育。在电视娱乐节目中,现场观众亲身参与,而场外观众也通过主持人的引导和现场氛围的感染,大有身临其境之感,将摆脱压抑的心境与追求快乐的天性完全释放出来。总之,电视娱乐节目在改革开放后的信息社会和传媒时代的大背景下产生,打造文化精品,推进品牌经济,公

众的话语日渐以娱乐方式出现,并成为一种文化精神。

《快乐大本营》是湖南电视台于1997年7月推出的综艺性娱乐节目,发展至今已取得了成功,在国内享有较高的知名度。它以题材的新颖性,风格的清新性,内容的新奇性,形式的多样性,出现在观众面前,既注重知识和趣味的结合,又不失低俗和“恶搞”。引导观众参与并步入崭新的视听空间,既有搞笑的“快乐传真”,又有惊险刺激的“火线冲击”,还有喜闻乐见经典游戏。作为娱乐节目创新的成功案例,它引发了“湖南电视现象”,开创了中国内地电视娱乐的新局面,为湖南卫视“快乐中国”的成功定位奠定了基础,也为中国新型综艺节目的创建与娱乐节目模式的建构提供了宝贵的创新经验。

## 2 电视娱乐节目突破了传统文化功能

20世纪90年代末期,以湖南电视台推出的《快乐大本营》为典型的综艺娱乐节目获得了观众前所未有的关切和喜爱,电视娱乐节目品牌也不断涌现,探究其出现的必然因素,主要有两个方面:(1)从客观上看,主要是由于湖湘地域文化特征的历史影响以及随着社会经济的不断发展,人们生活有了较大改善,闲暇时间比较充裕,对娱乐消费文化的需求急剧增加;(2)从主观上看,则主要是电视娱乐节目创作者彻底改变了传统的文化观念,顺应了当今大众文化消费发展趋势,满足了人们对娱乐文化的需求。

《快乐大本营》与传统综艺节目中娱乐因素的最大区别就在于它是以满足大众精神消费欲望来盈利的大众娱乐文化,对娱乐性结构传统权威——

收稿日期:2015-06-25

作者简介:夏立伟(1985-),男,美国罗切斯特理工大学3D动画专业硕士研究生,研究方向:动漫设计及电视制作合成。

传统综艺节目教育、导向作用的结构及严肃审美基调进行了大胆的改革。

纵观《快乐大本营》这个电视娱乐节目的典范,有许多值得称道的特色和优势,在许多方面对传统文化节目进行了改革和创新,一是题材新颖,内容极为丰富,可谓老少皆宜;二是主持人的作用和功能发挥极好,作为现场的协调者,主持人与观众、演员、编导等等密切配合,相互合作;三是传递快乐至上的娱乐精神,把文化、文明、道德以娱乐的形式表现出来,观众参与,观众为主体,为普通民众和草根团体搭建了展现平台,并从中分享快乐;四是推出搞笑不断,惊险刺激,喜闻乐见的游戏节目,而且观众互动性极强。

### 3 电视娱乐节目风格得以全面提升

电视娱乐观念的确立,更多的是对传统电视观念的突破,真正发现了电视本身具有的传播特性。从而意识到娱乐是人们生活的一项重要内容,但是在中国电视长期发展进程中,娱乐节目却始终没有获得相对独立的地位,这与中国传统文化宣传、教育观念和人们文明素质,有着密切的关系。在传统的电视节目构成中,不能说完全没有娱乐元素的内容,但是大量的娱乐元素和内容并不是以独立的节目形式呈现出来的,是依附于教育,如文艺、综艺及专题类节目。过去由于过多地强调电视传媒的宣传教化功能,使得娱乐元素和内容很难相对独立和比较纯粹地呈现在电视荧幕上,因此,相对独立和纯粹的娱乐节目在他们观念深层的认同也需要时间的推移。

随着改革开放的推进,文化领域建设发生着深刻的变革,推进文化大发展、大繁荣,具备了许多有利的条件。在此时代背景下,电视娱乐节目的探索已在多家主流媒体中进行,但是由于多种原因,并没有取得较好的传播效果。1997年《快乐大本营》播出后,使人们看到了一种非常纯粹和独立的电视娱乐节目。一时间,冠以“快乐”名称的电视娱乐节目在各种主流电视媒体中纷纷亮相,使得中国电视的娱乐成为一种时尚的观念。

娱乐节目使电视特性得到了充分发挥,在近乎面对面的交流活动中把天南地北的观众凝结在一起,特别是娱乐节目中明星出场,使观众可以获得窥视明星生活状态的心理满足和时尚信息,满足了人们深层次娱乐的心理需求,使之产生强烈共振;满足了社会经济转型期人们特定精神文化需求,娱乐节目中多彩的趣味性和一定的知识性可以调动更多观众的参与。电视娱乐节目就是在这样的需

求和改革大潮中迅猛发展起来的,电视媒体以全新的面貌展现在人们的面前,为此人们对于电视娱乐节目有了新的理解、认识和包容,并积极参与。

《快乐大本营》在中国天时、地利、人和的条件下应运而生,并且是湖南卫视推出来一直保持的王牌娱乐节目之一,在观众中引起反响,并以其独特的风格,迅速占领中国电视市场的周末黄金时段。有专家及媒体称之为中国的“快乐旋风”,并引发电视界“综艺变革”,可以说,因为《快乐大本营》的出现,在其带动下,很快得到了全国各地电视台的呼应,从而标志着电视节目“娱乐时代”的来临与形成。

### 4 电视娱乐节目内涵得以全面提升

当今社会是一个“泛娱乐化”的时代,娱乐节目如潮水般淹没了观众的眼球,但《快乐大本营》一直保持较高的评价和收视率。有的电视台的娱乐节目为了扩大影响力,提高收视率,提升知名度,以及获得较高的经济效益,想方设法一味的迎合观众的口味和需求,甚至出现一些低俗的节目,产生了一些负面的影响。因此,提升电视娱乐节目的文化内涵,宏扬高尚、文明、优良的传统文化,倡导社会主义核心价值观,把娱乐性和健康性有机结合起来,是目前中国电视娱乐节目必须高度关注的一个问题。实事求是地讲,娱乐节目为了适应市场的趋势和动向,加入一些吸引观众的元素,丰富观众感兴趣的内容,采用观众喜闻乐见的形式,是无可厚非的。但是如果把电视娱乐节目,误视为“娱乐无极限”“恶俗”“恶搞”,使电视娱乐节目走向误区,误入电视节目的低俗化,则就违背了娱乐节目的本质内涵,文化品味和社会责任。《快乐大本营》在张扬个性风格的同时也力求拓展栏目的文化内涵,尽力注入人文精神,尽力冲淡节目本身的商业气息,力求把大众文化消费与人文精神内涵的现实性结合推向高潮,保持节目的文化品位,担当娱乐的社会责任等方面是做得比较好的,是值得称道的。观众的娱乐追求既有传统情感的成分,也与当下主流意识形态的文化精神有千丝万缕的联系。只有把握好观众的情感追求,以美引善,才可能达到传统情感与主流文化的娱乐性整合的目的,从而提升节目的文化品位。

另外,纵观现行电视娱乐节目,一些电视台播放的娱乐性栏目,大同小异的节目内容,千篇一律的节目形式,一些电视娱乐节目缺乏创新、缺乏潜在的正能量,同质化严重、持续发展后劲不足。因而,节目因为过于泛滥及“不认同”“不参与”而走向衰败,这也合乎市场竞争优胜劣汰法则。相反《快

乐大本营》长期保持较好收视率,究其原因,不难发现“创新”是该栏目的制胜法宝。创新就是干前人没有干过的事情,或者在前人的基础之上又有新的创造,敢于标新立异,超越自我。电视节目的创新总的来说有三种。一是,对已有品牌栏目在不改变总体风格、品位的前提下,进行一些更加符合当下特定受众群体需求的变革。二是,善于捕捉市场空白,制作各类人心中所有、荧幕所无的令人耳目一新的栏目。三是,根据政治、经济、文化、军事等社会生活的发展规律,高瞻远瞩,创新推出具有极强预见和引导色彩的电视节目,真正发挥电视媒介的特殊功能,培育自己受众市场的同时,起到教育人、培育人、影响人、改变人的积极作用,变被动反映社

会生活而为主动介入对社会生活的改造,这是真正意义上的创新,也是一家电视台永远立于不败之地的坚实基础。

综上所述,《快乐大本营》作为中国电视娱乐节目的典范,发展至今,取得了极大的成功,在国内享有较高的知名度,其节目以新颖的题材、清新的风格、多样的形式而出现,注重知识性、教育性、趣味性和参与性的结合,主持人的功能、作用发挥得淋漓尽致,使电视娱乐节目的风格和文化内涵得到全面提升,在张扬个性风格的同时,保持栏目的文化内涵,成功地改变了“精品=严肃”的传统模式,成为国内电视节目的精品,也代表了中国电视娱乐节目的发展趋势。

#### 注释及参考文献:

- [1]周鸿铎.电视节目经营策略[M].北京:北京广播学院出版社,2003.
- [2]杨晓凌.解码电视湘军[M].北京:中国传媒大学出版社,2009.
- [3]郭振玺.品牌实效传播:中国特色市场中的传播制胜之道[M].北京:中国广播电视出版社,2005.
- [4]杨华钢.受众为王[M].北京:中国广播电视出版社,2007.
- [5]宗匠.电视娱乐节目:理念、设计与制作[M].北京:中国广播电视出版社,2003.
- [6]梅文慧,何春耕.快乐大本营:娱乐模式[M].北京:中国传媒大学出版社,2007.
- [7]李奇夫.娱乐节目如何走出低俗化误区[J].观察与批评,2008(5):41-42.
- [8]王新中.透视电视娱乐节目的低俗化[J].中国广播电视学刊,2006(10):57.
- [9]史明铎.论娱乐节目的文化品位和社会责任[J].现代视听,2008(4):70-71.

## The Tendency of Chinese Entertainment TV Programs

——Based on Hunan Satellite TV's Happy Camp

XIA Li-wei

(Chengdu University, Chengdu, Sichuan 610106)

**Abstract:** China is entering a brand-new era of information and media. This article is from root to digging the truth that how to transform our entertainment TV shows to the outstanding media culture and vital media based brand economy. Hunan Satellite TV's happy camp has successfully changed “quality = serious” this fixed mode and brings the audiences laughter. At the same time, its relaxed and happy TV programs become a cultural boutique. Its way of using unique creation to combine TV program; to express inimitable social value; to build healthy atmosphere are worth to study and explore.

**Key words:** entertainment TV programs; tendency; hunan satellite TV; breakthrough; innovation