

# 电视综艺节目的展望

任亚晨

(青岛电视台 山东 青岛 266000)

**【摘要】**本文首先围绕着消费语境下电视综艺节目的内涵、发展史、多样化原因和现状展开论述。此外针对这种现状,以形而上的研究方法对电视综艺节目未来趋势作出预测,以史为鉴预测未来综艺节目的发展态势。

**【关键词】**电视综艺节目; 对话性; 展望

## 一、综艺节目的现状

### 1. 离不开消费语境的推动作用

我国当下的消费语境从宏观的角度来讲其特点是:商品化、娱乐化与复制性等并存的特性。尤其是在消费语境下产生的文化商品化、消费化、娱乐化现象,刺激着大众的消费心理,成为大众消遣与娱乐的“消费快餐”。在以消费为主的时代背景下,电视综艺必然反衬出这种时代特征,并以此与受众当下的多元化审美趣味相适应、相吻合。如:当下综艺节目呈现出的娱乐多样化现象。从90年代的《快乐大本营》、《幸运》到2000年的《开心辞典》,尤其是2004年《超级女声》和《梦想中国》等选秀类节目初露锋芒,娱乐节目逐渐朝多元化方向发展,这都与消费语境下市场商业化的作用离不开。

### 2. 综艺节目发展的现状

(1) 电视综艺节目的概念:众所周知,电视综艺节目是一种综合的艺术形态,是在主题的引导和贯穿下,运用电视这一大众传播媒介对不同的艺术形态进行电视化的兼容,即:立足于节目的主旨,运用电视的影像语言和艺术化的技术创造,通过与观众的互动而形成的一种以娱乐性、消遣性、知识性和趣味性为特点的电视节目形态。

#### (2) 多元化原因分析:

面对综艺节目多样化形态的出现,其产生的主要原因体现在以下几个方面:首先,社会经济迅速发展,为综艺节目的多样化提供了经济基础;其次,受众审美意识的变化。随着社会物质文明的进步,大众的精神需求也在不断增加,人们乐意在业余时间寻找轻松愉悦,综艺娱乐节目通过虚拟场景吸引嘉宾参与其中,从而使观众获得轻松娱乐;再次是从外部原因来看,国外和港台电视综艺节目的影响,刺激着国内电视节目多样化形态的实现。

#### (3) 电视综艺节目的现状:

首先,创新意识的不足和匮乏,“克隆”、“跟风”现象成风。其次,电视综艺节目缺乏深沉的文化精神内涵和哲学反思,制作的“粗俗化”倾向比较严重。不可否认的是电视综艺节目首先应具有娱乐的特质,应该给观众带来轻松与愉快的快感,但是综艺节目不能泛娱乐化,要寻求一种意义的持存。综艺节目可以通俗化,但通俗化并不等于庸俗化、低俗化,针对有的节目单纯为娱乐而娱乐的现象我们要引起重视;还有是综艺节目部分从业人员素质不高,导致了很难合理驾驭节目的能力。

## 二、电视综艺节目的发展趋势

“形而上者为之道;形而下者为之器。”

1 从受众接受心理的变迁来讲,未来综艺节目将出现“问题综艺节目”或者“行业综艺节目”为主导的现象。这种问题综艺节目主要定位于社会或者行业热点话题,密切关注当下的社会热点,贴近民生,将社会热点与喜剧、访谈和游戏巧妙无缝的融合在一起,如:民生和医疗服务为主的问题综艺娱乐节目;另外,季节性的户外综艺活动和中外综艺节目的有机嫁接将日益凸显。季节性节目像湖南卫视的《智勇大闯关》,这是将来的一个节目新的样式。

2 互动性和对话性综艺节目强盛突起,体现大众广泛参与性。哈贝哈斯说过:“纯粹的主体间性是由我和你(我们和你们),我和他(我们和他们)之间的对称关系决定的。对话角色的无限可互换性,要求这些角色扮演是在任何一方都不可能拥有特权,只有在言说和辩论、开启与遮蔽分布中有一种完全的对称时,纯粹的主体间性才会存在。”

3 由于电视综艺节目兼容性的特征,今后电视综艺实践中将会出现多种艺术元素兼容“小春晚”的现象,这种形式并不是明星的盛宴,而是逐渐向平民化的方向发展。这种综艺形态融入了杂技、魔术、曲艺、歌唱等多种艺术形态,可谓是“珂勒之”现象的再现。主持人和观众是在平民化了的同一层面上娱乐,面对面地沟通。

4 电视综艺节目在传播内容上将呈现人文关怀、追求文化品位的人文化趋势。这种模式也可说是“娱乐嫁接人文”的形式。从传播学的视角来看,娱乐节目的人文化走向主要体现在观众本位传播观的确立。电视娱乐节目要不断强化对观众的服务意识,在节目中以人为本,尊重观众,为观众着想,满足观众的心理与审美需求。在电视的强势影响下,文化的各种形式包括历史、政治、新闻、教育等,都依照其转变成娱乐的程度而被人们接受,因而在不同程度上都转变成了娱乐。综艺节目是构建感性的冲动与理性的冲动的桥梁,社会个体通过“游戏来获得审美的需要,不是单纯为了游戏而游戏。最终达到“寓教于乐”与“寓教于谐”的结合。

5 新闻性热点和娱乐的嫁接趋势。这种形式将继续是未来的一种发展态势。其实这种节目已经出现了,形式上虽然极像传统新闻节目,但内容却定位在恶搞新闻。难能可贵的是,主持人不但能在恶搞新闻中加入轻松笑料,更多时候体现的是一种发人深思的幽默。这种融合喜剧与新闻元素的游戏节目,对国内而言是一种相对全新的结合体。

## 三、综艺节目的展望

我们要坚守电视综艺节目的品味内涵,提升节目质量,做到不浮浅、不流俗,有深度,有品味或者说通俗而不庸俗,用情而不滥情,娱乐而不愚乐,平凡但不平庸,坚持以人为本,真正的尊重受众,为受众着想,致力于满足受众的心理和审美需求,制作一些内涵丰富的电视节目。

随着国家市场经济的迅速发展,建立在经济基础之上的文艺形态日渐旺盛,它逐渐寻求着实现自我“本体属性和价值”的存在。综艺节目也属于文化节目,属于文化产业。文化事业的生命力在于与时俱进,文化项目要不断提高工业生产水平和文化表现力。利用好中华传统文化,同时也要结合新时代的新文化。

当前,任何电视台都没有不可撼动的优势,只有摸准未来娱乐节目的发展趋势,才能在娱乐节目风云之战中成功突围。通过对近年娱乐节目的现状可以看出,电视娱乐节目的趋势,是与时势环境的发展、受众需求的变化、传播技术的革新密不可分,只有通过时代变化、观众需求和收视心理的研究,根据娱乐传播的发展趋势,不断创新,才能在竞争中获得相对的优势。只有把握节目定位关键、根据频道需求丰富类型载体,才能掌握节目创新和品牌创新的主动,才能实现电视综艺节目未来的最大化发展,实现综艺节目的创新性发展。

### 参考文献

[1] 刘晓红. 大众传播心理研究[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2001: 152-153.

[2] [德]哈贝哈斯著:《交往的合理化与现代性的重建》, 韩红译, 人民教育出版社2005年版, 第86页。

### 作者简介:

任亚晨, 中国传媒大学戏剧影视学院2010级广播电视艺术学研究生