

体育娱乐类电视节目的形态学探索

——以央视5套《城市之间》节目为例

徐艳玲, 肖丽斌

(南昌航空大学 体育学院, 江西 南昌 330063)

摘 要: 央视5套《城市之间》节目超越了传统电视节目类型学的界定, 融合了体育、娱乐、真人秀节目的形态, 呈现跨界性和变动性的样式。在节目内容上, 实现了竞技性与游戏性的结合; 在节目形式上, 实现了写实性与拟态性的融合; 在节目传播上, 实现了观赏性与参与性的互动。

关 键 词: 体育传播; 体育娱乐类; 电视节目; 形态学; 《城市之间》节目

中图分类号: G80-05 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-7116(2010)12-0045-04

Morphological exploration of TV programs in the sport and entertainment category ——Taking program Inter-Cities on CCTV 5 for example

XU Yan-ling, XIAO Li-bin

(School of Physical Education, Nanchang Hangkong University, Nanchang 330063, China)

Abstract: Program *Inter-Cities* on CCTV 5 went beyond any definition in the science of traditional TV program types, fusing the forms of sport, entertainment and reality show programs, showing a boundary crossing and form changing style. In terms of program content, it realized the combination of competition and game playing; in terms of program form, it realized the fusion of verity and mimicry; in terms of program broadcasting, it realized the interaction of appreciation and participation.

Key words: sports communication; sport and entertainment category; TV program; morphology; program *Inter-Cities*

电视节目形态是电视节目生产机构将行为方式和价值取向诉诸电视节目内容和形式的载体,“是指与电视内容相对应的电视节目表现形式”^[1];另一种观点认为电视节目形态是“节目的主要安排形式”^[2]。电视节目形态强调了节目显性的具象结构和形式,也显现了隐性的抽象状态和气质。因此,区分不同的节目形态,是理解电视节目本质的首要标准。本研究以央视5套《城市之间》为个案,深入地探究体育娱乐类电视节目的形态及其特征,以期促进此类新型电视节目的可持续发展。

1 《城市之间》节目概况

《城市之间》由两个或两个以上的城市参加的趣味体育竞技比赛,它通过不同国家、不同城市之间的趣味体育对抗,为世界各地的城市居民们提供了一个

展示风采、相互交流的舞台。这既是一台具有娱乐色彩的电视节目,又是一场真正的国际比赛和较量,节目精彩纷呈,还体现了积极拼搏的体育精神。《城市之间》等体育娱乐新节目的海外积极反响引起了中国电视人的关注,也契合了中央电视台当时的内外环境和战略选择。央视体育中心体育编辑部主任方钢认为:“开播诸多带有娱乐元素的新节目,其目的是为了提高频道竞争力,即使央视体育频道到目前为止还没有真正的竞争对手。”^[3]1998年,央视体育频道仅以32500欧元的价格就获得了法国方面的年度节目授权,《城市之间》首次登陆中国。2005~2009年,《城市之间》抓准了北京奥运与全民健身的契合点,使体育、电视和生活互相影响中更加精彩。这一创造性的举措极大地丰富了节目的内容、延展了节目的深度与广度,取得了不俗的收视成绩和良好的社会反响。《城市之间》

顾名思义,是以不同城市代表队之间的游戏竞技较量为比赛形式,分国内版和国际版2个部分,经过国内的海选、复赛、总决赛之后,选拔出10支队伍进军法国的国际城市总决赛,最后决出冠军城市。

2 《城市之间》节目形态定位

随着观众收视需求的逐渐变化,电视节目形态始终处于不断地建构和解构的过程中。在电视传媒发展的早期,电视节目和形态分类处于高度匹配阶段,当时节目少、分类标准单一,只有新闻类和娱乐类电视节目2种。电视节目细分化和专业化的趋势日益明显后,电视节目形态分类出现多元化,将选题范围作为标准,电视节目分为电视综合节目、电视时政节目、电视经济节目、电视综艺节目、电视医药节目、电视文教节目、电视体育节目等^[4]。

央视-索福瑞媒介研究公司在进行收视率调查时,对我国上千个频道的节目进行了监播,形成了较为全面的节目形态分类系统。在此分类体系中,节目被分为新闻时事类、专题类、综艺类、体育类、教学类、外语类、少儿节目类、音乐类、戏剧类、电视剧类、电影类、财经类、生活服务类、法制类、其他类,该分类比较全面,但是从对娱乐、体育类的详细划分来看,虽然提到了体育其他类节目,但是主要指的是非奥运项目中的冷门项目,《城市之间》等体育娱乐类电视节目仍然没有被涉及^{[5]68-69}。

张海潮^{[5]125}根据电视节目形态的最新发展态势,按节目内容,提出了4大类、4层级的分类方法,首次从形态上明确了《城市之间》所处的位置。他在分析第2类别、第4层级的体力游戏时指出:“体力游戏节目主要是指比赛人的体力和身体技巧的游戏节目,如《城市之间》等”^[4]。在这种划分体系中,体育节目和游戏节目是并列概念,《城市之间》的节目形态属于游戏类,与体育关系不大。

随着电视节目内容与形式的丰富,新的节目形态始终处于一种“反类型学”的不断打破藩篱的过程,传统的界限和定位变得模糊,不同类型之间的交叉和渗透大量出现。“电影和电视更多的是历史的,从对预先存在的事实的观察中获得……电视文类处于一种不断变动、不断界定的过程”^[6]。《城市之间》的栏目形态就是一种跨界的、变动的形态。它超越了传统的电视节目类型学的界定和分类,单纯从娱乐节目和体育节目各自的谱系中已经很难找到《城市之间》的位置。

《城市之间》首先是体育类电视节目,因为选手要有超强的体能、速度、力量、耐力等身体素质也需要坚强、勇敢、忍耐等心理素质,更需要团队成员之

间的配合、默契,这些无不体现了体育活动的本质。

《城市之间》也是娱乐类电视节目,马国力指出:“体育的发展,在竞技性之外,还有一个方向,就是它的大众娱乐性。”^[7]《城市之间》并不像职业体育赛事那样强调比赛的结果,而是参与者情感的宣泄与狂欢。狂欢是人类潜意识里的最大需求,西方有固定的狂欢节,内敛与克制是中国文化的表现,而《城市之间》这种类型的节目,则具备最好的宣泄和忘我机制。《城市之间》还具备了当下电视节目最流行形态“真人秀节目”的重要特质和基本元素。尹鸿等^[8]学者指出:“电视真人秀作为一种电视节目形态,是对自愿参与者在规定情境中,为了预先给定的目的,按照特定的规定所进行的竞争行为的真实记录和艺术加工。”真人秀节目具备7个关键元素,即自愿参与者,竞争行为,真实记录,规定情境、目的、规则和艺术加工。对照《城市之间》可以发现它基本具备以上所有的特征。张小琴等^[9]将真人秀、游戏、竞赛等在当前荧屏大规模兴起的节目形态的聚合方式称之为“松散簇群”:这些节目彼此关系松散,是从节目的个体需要出发,围绕某些节目元素进行聚合,相互之间没有严格的逻辑互斥关系。《城市之间》栏目也处于松散簇群之中,围绕周边最接近、最流行的节目群落,可以大致界定《城市之间》栏目所处的位置是体育节目、娱乐节目和真人秀节目相互融合的产物。

3 《城市之间》节目形态特征

3.1 内容特征:竞技性与游戏性

人类对竞技有着与生俱来的爱好,电视的人性化传播特性又强化了游戏的竞争性,在电视出现伊始就有这种观众参与的游戏节目。《城市之间》不是传统意义上的职业球员、专业选手的对决,它是城市团队之间的竞技,是以互动参与的游戏样式为核心建构的节目,团队(城市)遵循比赛规则、适应比赛赛制、为获取功利性的目标(国内出线名额、国际总冠军等)而展开综合实力较量。在《城市之间》节目中,观众也被导入了游戏语境,分担竞赛者紧张、焦灼的情绪,参与团队在竞技结果产生的不确定性中努力争取胜利。

结果仅仅是《城市之间》选手和观众关注的要点之一,他们更注重过程的参与、体验、欢娱,这是一种典型的游戏情节。由于种种外在社会规则压抑了人们的游戏天性,如果积压过多而得不到释放,终究会出问题。因此,必须找一个安全可靠的办法,把过多的心理能量疏通、排放出来,维持内心的平衡。像《城市之间》游戏节目的参与广泛性、狂欢性和参与性则

提供了这样一个健康宣泄的渠道。“身心疲惫的现代人却正需要这种不动脑筋的狂欢和宣泄”^[10]。游戏的动作性越强,人们的心理就越易于被粘附在现场情绪上,关闭理性思考,放纵感性情绪,人们只是感受到一场场竞技的旋风,一个个刺激的场面,无需推理,无需判断,紧张热烈。

从竞技项目内容来看,《城市之间》的所有竞技项目都应该被划为游戏范畴,因为这里面没有一项是属于被国内外单项体育组织正式承认的竞赛项目,并且这些竞技项目的外在形式都体现了趣味、休闲与娱乐的功能。而从竞技项目内容来看,《城市之间》的所有竞技项目无疑是应该被划为竞技范畴,因为这些竞技项目都是以身体的运动为主要形式的^[11]。可见,《城市之间》在内容上融合了竞技性和游戏性两种特质。

3.2 形式特征:写实性与拟态性

《城市之间》的写实性表现在2个方面:拍摄手段的写实性和参与选手的真实性。《城市之间》采用的拍摄手段是纪录片式的,“纪录片给我们的是客观但能辨别摄像机存在的印象,这种节目类型的程式包括:手持摄像机的使用、晃动的镜头、‘自然’的布光、含混或听不清(因而显得‘自然’)的印象等等。纪录片的程式用来造成这样一种印象:摄像机碰巧拍下了没有预期的事情,并客观真实地展现给我们……”^[12]《城市之间》栏目让选手在规定的比赛情境和预设的规则中真实的表现,选手的活动在摄像机的记录下一览无遗。它注重对游戏比赛过程的展示,关注这一过程中可能发生的一切事件,纪录人们在经历这些比赛中面对困难、战胜困难时的不同态度和方式,把人在封闭环境中的心态和情感完整地纪录下来,而且《城市之间》的镜头不局限于台上,还纪录每一位选手的排演情况、家庭背景和参赛动机,此外还用镜头记录不同参赛城市的自然风光、人文风貌和社会发展。

《城市之间》人物真实性有3层含义:其一,节目的参与者都是现实生活中的普通人,他们来自各行各业,不是职业的运动员或演员;其二,在节目进行中,他们扮演的是自己,而无需置换角色,也无需按照导演、制片人、剧组工作人员或剧本的授意安排去做,他们只需按照自己应对游戏比赛的处置方式、思维习惯去完成比赛;其三,参与节目之后的结果会延伸至节目结束后的生活,而不是在节目结束时终止,比如获得的物质奖励、精神享受都会在现实中继续影响选手们生活。有的学者将“纪录真实环境、真实时间里发生的真人、真事”这“四真”看作是“纪录片的生命”^[13]。《城市之间》不像纪录片那样真实,但都是基本不加修饰地反映选手的原貌,不过多地对节

目进行艺术加工,着力表现对象的原生态。

当然,《城市之间》和虚构性的节目也有表演和作秀的成分,即具有明显的拟态性。李普曼认为有必要将人头脑中的景象和外部世界区别开,前者建立在媒体选择性提示的基础上,是依据现实环境的客观变动而结构出的一个符号化的信息环境,称为“拟态环境”^[14]。而波德里亚对电视的看法是:电视就是世界,真实是电视、电脑屏幕、虚拟现实和立体声耳机的效果造成的,这是一个拟态世界^[15]。剖析《城市之间》就会发现它具有明显的拟态性、虚构性和戏剧性。例如有限的空间和时间、游戏的设置、淘汰和奖励的设定都是人为的东西,这些对生活的模拟设置和选手的真实加在一起,共同制造了一个表面真实的“拟态世界”。虽然选手在真实地展示自己的行为,但他毕竟要受到规则的制约,不可能完全随心所欲,也不可能完全按照自己在现实生活中的习惯参与节目。

写实与拟态在传统电视节目中看似对立的概念,在《城市之间》这类节目中达到了融合,尹鸿等^[763]对真人秀节目的虚构与非虚构的融合进行了节目要素的比较和总结,《城市之间》这样的体育娱乐类电视节目在悬念、人物等不同纬度上都符合这种融合后的特征。

3.3 传播特征:观赏性与参与性

仲呈祥^[16]认为观赏性是一个接受美学范畴中的概念,它虽然与作品的思想性和艺术性有一定内在联系,但主要取决于受众的人生阅历、文化修养与审美情趣,以及受众与作品发生关系的历史条件、文化背景和审美空间的一种综合效应,它是因人而异、因时而变、因地而迁的。作为电视节目,《城市之间》的传播同样要在顾及受众的感受基础去进行节目创新。由于观赏性是具有动态性和可塑性的,《城市之间》的观赏性也会因为环境、观众、时间的不同而改变,但根据体育节目观赏性的4个标志(激情、明星、故事、现场),《城市之间》具备观赏性。2006年《城市之间》的口号就是“激情08 现在出发”,节目场面的宏大、热烈、欢快、跌宕起伏都充分展现了节目的激情与魅力;《城市之间》不仅将获胜的选手打造成平民英雄,还在节目中引入像奥运冠军涅莫夫那样的体育明星来作为代表队的领队,这无疑提升了节目的观赏性;《城市之间》的故事类型和题材也丰富多彩,比如国际版总决赛都会选用著名的电影故事作为主题,并将比赛项目和选手表现融入到故事中,极大增强了节目的感染力。

当然,观赏性只是《城市之间》传递给受众的特征之一,这里的观众还只是节目的接受者和外在欣赏者,随着媒体传播方式“向综合媒体转换、向个人媒体转换、向双向性媒体和商品特性的转换”^[17],在促

进观众与节目的互动、提升观众积极参与节目的主体意识方面,《城市之间》节目无疑具有较强的示范作用和超前的运作意识。在《城市之间》的赛场上,上至70岁的老人下至10岁的儿童都能参与比赛,普通百姓不再将体育赛场视为体育精英表演的舞台,全民参与健身的轮廓被勾画得如此清晰。因为《城市之间》找到低门槛、趣味游戏、参与多样化的有效途径,更加贴近百姓生活,更加调动大众的积极性,从而有力地响应了国家“全民健身”的号召。

除了节目的参与主体是普通的群众中海选出来,人们还可以通过手机短信、声讯电话来决定《城市之间》参赛城市的人气排名,还可以参与节目游戏的设计,通过博客和QQ群与节目组工作人员、选手、其他观众进行交流和互动,观众在欣赏精彩节目的同时保持了饱满的参与热情,从而实现观赏性与参与性的良性互动。

《城市之间》注重群体参与、趣味娱乐,通过大胆的梦想和精美的道具、场景,开展全民参与、体育游戏的竞技对抗,进行体育文化的交流,折射出不同城市文化魅力。《城市之间》给体育电视节目的创新及可持续发展极大的启示。

参考文献:

- [1] 王彩平. 电视节目形态创新方式探究[J]. 南方电视学刊, 2005(4): 54.
- [2] 程德安. 媒介知识产权[M]. 重庆: 西南师范大学出版社, 2005: 215.
- [3] 1998-2007: 城市之间 9 年回顾 [EB/OL]. <http://tieba.baidu.com/f?kz=217649434>. 2008-02-15.
- [4] 孙宝国. 中国电视节目形态研究[M]. 北京: 新华出版社, 2007: 4.
- [5] 张海潮. 中国电视节目分类体系[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2007: 125.
- [6] 罗伯特·艾伦. 重组话语频道[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2001: 29-130.
- [7] 中国体育传播领袖打造中国最大众化的体育娱乐节目[EB/OL]. <http://www.a.com.cn/Enterprise/html/HR/qyzp/2005/03/050330cszj.htm>, 2005-03-05.
- [8] 尹鸿. 娱乐旋风——认识电视真人秀[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2005.
- [9] 张小琴, 王彩平. 电视节目新形态[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2007: 62-63.
- [10] 王艳. 电视文化的大众娱乐功能[D]. 南宁: 广西大学, 2005: 19.
- [11] 辛少璜. 《城市之间》——从法国版到中国版[J]. 电视研究, 2000(3): 56.
- [12] 大卫·麦克奎恩. 理解电视: 电视节目类型的概念与变迁[M]. 北京: 华夏出版社, 2003: 125.
- [13] 李骏. 论真人秀电视节目的消费文化特征与动因[D]. 武汉: 华中师范大学, 2005: 10.
- [14] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1999: 127.
- [15] 迈克·费瑟斯通. 消费文化与后现代主义[M]. 南京: 译林出版社, 2000: 7.
- [16] 仲呈祥. “观赏性”辨析[EB/OL]. <http://www.media.people.com.cn/GB/22114/50421/84190/5769963.html>, 2007-05-18.
- [17] 桂敬一. 多媒体时代与大众传播[M]. 北京: 新华出版社, 2000: 60-69.