

中國電視藝術“標杆之作” 的創作流變、藝術特色與經驗啟示^①

陳寅^② 丁夢瑤^③

摘要 在中國電視藝術65年的創作進程中，一以貫之的是由諸多品質上乘、影響深遠的“標杆之作”連接而成的中國特色電視藝術創作模式與發展道路。電視劇實現了從文學改編到“經濟型”編劇、單本故事到“連續性”敘事的形式變遷，內容堅持圍繞重大主題與現實主義；綜藝節目由文藝欄目原型脫胎生長，從“洋模式”引進到“中國模式”輸出，始終發揮社教服務、益智娛樂、文化傳承功能；晚會節慶內核從單一到多元，中華傳統節日、黨和國家重要紀念日、重大事件等成為創作來源。整體來看，堅守中國化與人民性的價值導向、秉持大眾性與時代性的創作思路、構建矩陣化與國際化的傳播體系、打造完形性與帶動性的產業格局，成為中國電視藝術形成的基本經驗與創作啟示。

關鍵字：中國電視藝術 標杆之作 中國特色 繼承創新

The Evolution, Artistic Features and Experiential Enlightenment of the "Classic Works" in Chinese Television Art

CHEN Yin DING Mengyao

Abstract: Throughout the 65-year creative process, Chinese television art has developed a consistent pattern and distinctive path with notable Chinese characteristics, exemplified by numerous influential "Classic Works". TV series have successfully transitioned from literary adaptations to economically-driven script writing, evolving from standalone stories to continuous narratives while maintaining a focus on major themes and realism. Originating from the prototype of art columns, variety shows have progressed from importing foreign program format to exporting domestic ones, preserving their functions of societal services, education, entertainment and culture. Gala festival has evolved from a mere TV show into a fusion of culture and politics, drawing inspiration from traditional Chinese festivals, important national

① **【基金項目】：**本文系2023年度國家社科基金藝術學重大項目“創建人類文明新形態視野下的國家戰略性影像創作與傳播研究”的階段性成果（項目編號：23ZD06）。

② **【作者簡介】：**陳寅（1986—），上海大學上海電影學院影視藝術系副主任、講師、碩士生導師，北京師範大學藝術與傳媒學院藝術學博士。

③ **【作者簡介】：**丁夢瑤（2000—），上海大學上海電影學院戲劇與影視學（廣播電視藝術學方向）碩士研究生。

anniversaries, and significant events. In summary, the fundamental experiences of Chinese TV arts include adhering to the value orientation of being “Chinese” and for Chinese people, embracing popular and contemporary creative methods, establishing a communication matrix for audiences both domestically and internationally, and creating a pioneering industrial pattern.

Key words: Chinese television art; Classic Works; Chinese characteristics; inheritance and innovation

自 1958 年北京電視台試驗播出以來，中國電視藝術已走過 65 個年頭。回顧中國電視藝術發展歷程，一以貫之的是由諸多品質上乘、影響深遠的“標杆之作”連接而成的中國特色電視藝術創作模式與發展道路。站在新時代歷史方位上，梳理、解讀中國電視藝術不同時期“標杆之作”的代表作品，對於深入認識、把握中國特色電視藝術創作生產的基本經驗，進一步推動新時代中國特色電視藝術創新發展具有增益價值。

一、“標杆之作”的核心意涵與遴選標準

（一）何謂“標杆之作”

對於具有“標杆”或“標準”價值、意義的電視藝術作品的界定，從文本層面出發，其同“典範”“範式文本”相通，是具有參照系意義的可供選擇、學習、效仿的典型樣本、模式；從行業層面來看，其是在某種類型、創作題材、理念、風格、樣態等方面具有標誌性意義的代表性作品^{[1]70}；從傳播層面來看，其擁有良好口碑、較好市場反映，引爆廣泛而持續的社會熱議、社會話題^{[1]63}。除此之外，還有“思想精深、藝術精湛、製作精良”三精標準，“思想性、藝術性、觀賞性”三性統一等對電視藝術作品追求高質量、產生影響力的相關要求。

總體來看，有別於“現象級”“爆款”等具備“暫態性”特質的專有詞，“標杆”除凸顯出優質電視藝術作品在制播期被廣泛關注的特性外，於同期作品在時間維度上，具有更為廣泛、深遠、恒久的引領性和影響力。電視藝術“標杆之作”是在創作理念、主題題材、專業制播、審美風格等方面具有代表性、範式性、引領性的作品，是經得起歷史、觀眾檢驗的，具備得到身處不同年代、文化語境的行業、市場、觀眾高度認可的能力和特質的電視藝術作品。

（二）遴選“標杆之作”的基本標準

本文將改革開放作為重要節點，大致以 10 年為週期，重點對改革開放後中國電視劇、電視文藝 / 綜藝節目、電視晚會進行考察，探究中國電視藝術創作流變、藝術特色與經驗啟示，遴選出既符合“標杆之作”標準，又相對具有代表性和典型性的電視藝術作品，即：聚焦於中國內地，在同時期、同類型作品中創作、播出時間相對較早，且能以成熟、優質的文本範式持續引領同時期乃至以後同類型作品創作、生產，在奠定同類型、同題材作品創作審美風格的同

時，以較強的、鮮明的模範性彰顯時代價值、樹立行業典範。

從量化指標上看，上星率、收視率、重播率、獲獎（主要包括飛天獎、白玉蘭獎、金鷹獎等）次數等代表了行業、市場、觀眾的認可程度，社交媒體（主要包括豆瓣、愛奇藝等具備評分功能的社交、流媒體平臺）口碑/評分、熱度趨勢（上榜量、點擊量、互動量等）、媒體融合指數等表明觀眾的接受程度，以及雲合、骨朵、德塔文等數據平臺的檢測榜單等，均納入評價電視藝術作品是否具有“標杆之作”藝術特色代表性的考量。

二、中國電視藝術“標杆之作”的創作流變與藝術特色

（一）改革開放前中國電視藝術創作概貌與代表作品

改革開放前的初創階段，中國電視藝術工作者在對節目創作規律、藝術特徵、審美風格的探尋中不斷嘗試，摸索出電視劇、電視文藝片/專欄、電視晚會等主要類型，產生了初創期具有創新性和影響力的代表作品。

電視劇方面，《一口菜餅子》（1958）創造了初期“直播”“黑白”“單本劇”的模式，該劇具備鮮明電視性，探索符合電視規律的演員調度、鏡頭設計、聲畫處理等。直至《焦裕祿》（1966）播出，從中央到省、市臺共完成約219部電視劇^[2-3]，多具備時效性、紀實性^[4]特質，較好完成了電視藝術承擔的政治宣傳任務。

電視文藝片/專欄方面，電視音樂藝術片《梁山伯與祝英台》（1961）在鏡頭編排、聲畫處理、後期特效等方面作出有益嘗試；電視文藝專欄《文化生活》（1961）將藝術賞析、資訊介紹、人物訪談等進行組合呈現，彰顯“思想性、知識性、欣賞性三者的有機結合”^[5]。總體來看，20世紀60年代，電視音樂、電視舞蹈、電視戲劇、電視文學四大電視文藝品類形成，成為電視節目創作的基礎模式，為電視文藝欄目的人才培養、排播規劃、藝術選擇等創造基礎條件。

電視晚會方面，1960年代初的三臺“笑的晚會”跳出歌舞晚會框架，對電視文藝晚會的多樣性、喜劇性、娛樂性展開探索，建立全新的電視文藝晚會制播理念與審美範式^{[6][7]}。“笑的晚會”明確了喜劇藝術在晚會內容中的重要地位，其確立的“茶座式”演播室設計被沿用至今。

（二）1980年代創作概貌與標杆之作

20世紀80年代，中國電視藝術工作者丟掉戲劇、電影、廣播的“拐杖”，開始尋求“自己走路”，探索具有電視本體藝術屬性的作品，以飽滿熱情、積極姿態描摹現實生活、反映現實人生，以強烈主體性和創造力推動中華優秀傳統文化資源與精神的電視化，奠定了新時期中國電視藝術創新發展的鮮明底色。

1. 電視劇：文學改編與“連續性”美學的確立

1980年代初期，黨和國家對文藝相關政策的調整促進了媒體事業的恢復發展和文學創作的初步繁榮^[7]。中央廣播事業局採用開會、聯播、評獎三種手段來促進電視劇生產^{[8][173]}，中國

電視劇藝術委員會、北京電視製片廠、中國電視劇製作中心相繼成立，為電視藝術創作提供堅實保障。整體來看，新時期中國電視劇經歷了單本劇與連續劇共生的階段，但最重要的是以連續性敘事模式為基點，以區別於電影的技術、傳播方式，創生和集聚以現實主義題材為核心、中國特色類型為主的連續劇作品，不斷擴張本土優秀創作群體和連續劇市場^{[9]31}。

在對內容的探索上，以傷痕、反思、改革、尋根等題材為代表的當代文學作品成為電視劇創作的文本來源，誕生了《凡人小事》（1980）、《喬廠長上任記》（1980）、《新星》（1986）等劇。在對形式的探索上，《敵營十八年》（1981）及1982年《武松》《蹉跎歲月》《赤橙黃綠青藍紫》等電視連續劇的集中出現，產生一種新興製作形態的集聚力量和範式效應^{[9]28}。以《四世同堂》（1985）、《西遊記》（1986）、《紅樓夢》（1987）為代表的中國文學名著改編劇，在“文學題材”與“連續形式”結合上較顯突出。

《喬廠長上任記》：塑造理想幹部形象的改革單本劇。《喬廠長上任記》（又名《喬廠長上任》）的故事具有強烈現實意義，其展現的矛盾、境況是觀眾在實際生活中所遭遇的，理想主義的人物塑造，即喬光樸改革家、好幹部的形象是觀眾所渴求、嚮往的，成為彼時單本劇創作貼近現實生活、彰顯理想主義的代表。該劇帶來的轟動效應是小說文本與電視單本劇影響力的疊加，在保證文學故事改編高水準的同時，選角、佈景、剪輯等視聽化處理具備同時代鮮有的高質量，引領了後續電視單本劇的創作風尚。

《蹉跎歲月》：凸顯逆境英雄形象的知青傷痕連續劇。《蹉跎歲月》將中國電視劇與當代國人現實生活、心靈動態相銜接，與當時的傷痕文學、社會思潮相呼應，使電視劇創作基調朝向現實主義風格^{[9]30}；該劇不將青年形象塑造的重點放在精神控訴與情緒宣洩上，而是注重展現人物身上昂揚向上的可貴品質，形成艱苦境遇與樂觀精神比照創作的模式；該劇在探索電視劇類型化上的成功不僅引領《今夜有暴風雪》（1984）、《雪城》（1988）、《年輪》（1992）等有影響力的知青題材電視劇精品陸續出現，還生成了言情劇、偶像劇的萌芽^{[9]30-31}。

《西遊記》《紅樓夢》：開古典文學名著電視化先河。《西遊記》是中國傳統敘事藝術和超現實文學作品在當代發展的高峰^{[9]33}，是人類視覺傳播時代承接唐傳奇、宋話本、元雜劇、明清小說及戲曲曲藝的合適的敘事藝術形式^{[9]29}；為還原文學文本中的“超現實”世界，創作團隊借助特技設備、數字特技，採用“模型+實景”置景方式，“攝像+合成”人景結合方法^[10]，以自主研發、“土洋結合”的創作手段，為中國內地影視特效技術探索開闢了道路；該劇服化道設計參考戲曲表演，演員動作、調度等借鑒中國舞、武術等，整體顯現出具有中國本土氣質的審美風格；該劇還發揮了電視社教功能，觀看《西遊記》成為幾代人名著“電視閱讀”的獨特方式與途徑；伴隨互聯網時代“嗎嘍文學”興起，孫悟空的勇敢正義、“情緒穩定”得到大眾再度關注，“年少時遇到的驚豔的猴”引發青年網友的追捧，證明《西遊記》在人物塑造、價值觀樹立等方面具備曆久彌新的吸引力。

《紅樓夢》對小說《紅樓夢》及“紅學”研究的成功藝術轉化，很大程度上推動了小說《紅樓夢》在當代的普及與“紅學”的發展^{[9]32}；該劇以“忠於原著、重視續作”為原則，參考脂批、紅學探軼對部分情節進行修改^{[11]108-109}，雖引起部分爭議，但在電視劇創作對原著文本進行大膽、創新轉化方面作出有效嘗試；該劇在人物選角、妝造設計、音樂編排等方面取得較高藝術成就，尤其是開拍前對演員集中培訓，體現創作的高標準與嚴要求。有學者認為，真誠嚴肅地面對名著，對歷史、生活、藝術上充分儲備和準備，更少商業干擾，是最初改編作品成功的主要因素^[12]。

以《西遊記》《紅樓夢》為代表的1980年代名著改編劇奠定了中國內地電視劇改編文學名著的基調，即在忠於原著的基礎上進行電視化的改造與呈現，在合理創作尺度內延續觀眾既有的藝術審美體驗。其後，中央台還創作出品質上乘的《三國演義》（1994）、《水滸傳》（1998），在尊重原著基礎上進一步展開電視化創新，塑造生動鮮活人物群像，展現出濃郁的歷史文化氣息和較高製作水準，完成了中國古典文學“四大名著”全本電視化的創舉。



圖1 《西遊記》（圖片來源：豆瓣）

2. 電視文藝節目：為大眾服務與探索新樣態

1980年代的中國電視文藝發揚社會主義文藝傳統，在著力實現電視文藝“為大眾服務”功能基礎上，持續探索電視文藝節目創新樣態，誕生了具有綜合性特點的文藝專欄、知識/演藝型競賽節目和娛樂化、綜藝化雜誌節目。

《週末文藝》：文藝專欄的綜合性顯現。以四大電視文藝品類為基礎的常態化電視文藝專欄在這一時期呈現“百花齊放”的局面，其中，中央台開辦的《週末文藝》（1984）成為首個以歌舞為主的、具有綜合性特點的文藝專欄。隨後，該欄目分化為《文藝天地》與《旋轉舞臺》，《文藝天地》則直接奠定了《綜藝大觀》的雛形。這幾檔欄目體現出精緻典雅的審美風

格，較好實現了民族藝術、高雅藝術和流行藝術的融合。

《全國青年歌手電視大獎賽》：奠定電視競賽節目創作範式。1980年代的中國電視螢幕興起了一場“競賽節目熱”，展現出“知識競賽”和“演藝競賽”兩種較為鮮明的基本形態和方向。《全國青年歌手電視大獎賽》（1984）以專業性、社會性、引領性等特徵，樹立了中國電視競賽節目的典範，對中國聲樂藝術領域的繁榮發展起到較大助推作用。

《萬紫千紅》：電視文藝娛樂化、綜藝化初探。廣東臺在借鑒香港地區綜藝節目《歡樂今宵》（1967）的基礎上創辦《萬紫千紅》（1981）。該節目以板塊式結構和雜糅式內容為形態，散發出較為鮮明的娛樂氣質，體現改革前沿電視台應有的先鋒性與創新性。

3. 電視晚會：代表中國電視文藝最高水準的央視春晚

電視晚會是依據時節、民俗、家國等邏輯對各類演藝元素歷時性、集成式、綜合化的儀式展現，蘊含審美愉悅、宗教祈福、道德教化^[13]等功能性目的。由黃一鶴、鄧在軍導演的1983年央視春節聯歡晚會（簡稱“央視春晚”）確立了電視晚會的基本範式，使央視春晚成為1980年代最具代表性的電視晚會。將央視春晚視為電視晚會乃至電視文藝創作“標杆之作”，主要出於以下方面考量：

第一，現場實況直播的播出形式。電視直播具備超越時空、同步再現同一事件的傳播特點，將不同時空環境中的人聚合在媒介營造的心理空間中，實現情感凝聚與民族認同。^{[14]20} 央視春晚突破以往轉播、錄播晚會的既定形式，實現基於春晚觀看儀式化的“天涯共此時”，為場外觀眾互動聯歡、演員現場即興表演等提供基礎條件。隨著技術精進與創意升級，後續春晚現場直播聯動從“北京—全國”升級為“北京（主會場）—分會場—全國”，純粹的空間儀式被打破，象徵性演藝空間與全球觀眾審美時間的聚合成為建構儀式性的重要方式。

第二，活用主持人的功能設計。央視春晚正式確立大型電視晚會主持人的地位和功用。主持人在晚會中以單、雙、多人形式出場，在即時資訊傳達、把控晚會節奏、活躍現場氣氛等方面發揮效用。初期央視春晚的主持人主要由相聲、影視演員擔任，後續隨著專業人才培養與引入，男女搭檔的專業主持人格局在1990年代初步形成。

第三，“雙重”觀眾互動的環節設置。在央視春晚中，場內觀眾在“茶座”內豐富晚會演播室場景，以掌聲、呼聲為主要形式來即時回饋烘托、引導晚會氣氛；場外觀眾擴充晚會除演播室外的空間場域，以撥打電話、猜謎寄信的“有限回饋”把晚會希望達到的“無限影響”具象化。互動是觀眾與節目行為、情緒的同步跟進，新世紀後“搖一搖、搶紅包”“集五福”“豎屏看春晚”等設定顯現出央視春晚不斷拓寬觀眾互動空間的趨勢。

第四，春晚導演“任命制”的確立。因不同導演及團隊參與，央視春晚呈現出穩定模式下的多樣風格及創意亮點。1980年代央視春晚導演由相關領導指定、以任命方式產生。黃一鶴、鄧在軍獨立或共同指導7屆央視春晚，為其定位、規範了較為明確的結構形態、節目品類與審

美風格。隨著後續人才隊伍壯大與管理機制變革，“競標”“邀聘”相繼成為央視春晚導演選聘機制，使各時期晚會形成差異化藝術氣質與創作特色，如1990年代的“張曉海—趙安”範式、2000年代的“郎昆—金越”範式、2010年代的“哈文—楊東升”範式等^{[14]20-26}。

第五，對觀眾日常生活的深遠影響。央視春晚對社會文化的輻射以1980年代以來電視廣泛普及為基礎，在節目播出前、中、後期成為觀眾關注、熱議的話題，對語言表達、歌曲收聽、穿衣打扮等日常化習性與風格化偏好產生深遠影響。央視春晚確立了繼“包餃子”“放鞭炮”後“看春晚”的新民俗，至今仍是創作週期最長、調動人員最多、制播技術最新、收視率最高的電視晚會，體現著中國電視文藝創作頂尖水準。

（三）1990年代創作概貌與標杆之作

經由改革開放後中國電視對自身獨立性的探索、與世界電視的互動，20世紀90年代的中國電視開啟飛速上升期。市場經濟思維邏輯、消費主義文化理念把持中國文化生態場域的主流話語權^{[15]89}，以電視劇為代表的電視類型作品市場化運作初步開始。1990年代的中國電視藝術將重心從純粹的宣傳教化轉到熱烈的商品娛樂消費上，以情景喜劇、歷史戲說劇為代表的電視劇，以“綜藝雙子星”“快樂旋風”為代表的電視綜藝顯現出濃厚的休閒化、娛樂化、遊戲化色彩。

1. 電視劇：類型拓展與商業娛樂性初現

1990年代中國電視劇創作營造出前所未有的多元局面，主要體現為對新題材、新風格的挖掘與嘗試，誕生一系列具有鮮明中國風格的題材，強化了電視劇類型走向。其一，家庭倫理劇、歷史戲說劇成為熱門電視現象。以《渴望》（1990）、《牽手》（1999）為代表的家庭倫理劇聚焦普通人日常生活、情感關係，《唐明皇》（1993）、《雍正王朝》（1999）等歷史正劇，《戲說乾隆》（1991）、《還珠格格》（1998）等合拍性質的歷史戲說劇交替出現。其二，電視劇創作顯現出鮮明的喜劇化、娛樂化傾向，《編輯部的故事》（1992）、《我愛我家》（1993）、《康熙微服私訪記》（1997）等不同類型的通俗喜劇，都以誇張表演、有梗情節乃至奇觀故事，體現休閒消遣的功能。《將愛情進行到底》（1998）、《永不瞑目》（1999）等則顯現出偶像化特質。

《渴望》：文化轉型中家庭倫理劇的里程碑。《渴望》細膩描摹歷史巨變中普通中國人價值觀念、人倫情感的微妙變遷，以直面歷史面貌與現實生活的手法，呈現人們在大時代下的傳奇經歷與情感糾葛，表達人們對於真善美及美好生活的渴望與憧憬，引發觀眾強烈認可與共情；該劇充分彰顯了電視的家庭藝術屬性，以“家庭室內劇”定位開啟中國日後二十多年以“家庭生活倫理”為主類型的電視劇創作潮流^{[9]34}，形如劉慧芳擁有巨大自我犧牲精神並身兼“母親、妻子、兒媳”三重家庭角色的女性人物，幾乎出現在所有同類型劇中^{[8]340-341}；該劇突破新中國成立後“文學作品—電視劇本”創作模式，將故事創作納入“經濟型”編劇體制中，初步探索

電視劇商業模式的運作規律^{[9]34}；《渴望》是1990年代初電視文化轉型的重要標誌，精英文化自此逐漸抽身，與大眾文化較為貼合的日常化審美開始佔據主流地位。

《雍正王朝》：歷史正劇創作的“大手筆”。《雍正王朝》被看作同期歷史劇的最高水準^{[11]356}，其在“歷史史實—文學小說—電視劇集”文本範式轉換過程中，大膽採用快節奏、多資訊、多角度、多運動、高反差的結構方式進行拍攝^[16]，形成、引領了鮮明的歷史正劇創作風格；該劇的歷史敘述並不採用相對空泛的宏觀複現，而是聚焦於雍正皇帝“個人”，以前朝為君，後宮為子、夫、父的身份轉換為基準，將其風雲一生展開傳奇書寫；該劇還具有承前啟後性，在延續《唐明皇》（1993）、《武則天》（1995）等劇雄厚恢弘創作手法的基礎上，為世紀之交電視化的“康雍乾三世”（另包括《康熙王朝》（2001）、《乾隆王朝》（2003））奠定風格基調。

《永不瞑目》：類型雜糅特質與偶像化風格。《永不瞑目》的創作顯現出類型雜糅的特質，既具有主旋律色彩，又結合公安劇、愛情劇的類型元素，在刑偵、緝毒故事中融入人情、人性；該劇圍繞主角三人的演員選擇、表演和愛情線，形塑出高顏值、青春化、戲劇化特質，較同期有影響力的《9·18大案紀實》（1994）、《英雄無悔》（1996）等同類劇具有較鮮明的偶像化風格。

2. 電視綜藝節目：邁向“綜藝”時代與掀起娛樂化風潮

1990年，中央台開辦兩檔以“綜藝”命名的電視欄目，即《綜藝大觀》和《正大綜藝》，創造了中國電視“綜藝”的概念，標誌著中國電視綜藝節目的正式誕生。中國電視文藝欄目從“文藝”到“綜藝”的變遷動因複雜，總體來看是中國電視業內生性發展與外向性探索“雙向調和”的結果。從內部來看，承接既有電視創作經驗，“綜藝”是在中國特色文藝欄目樣態基礎上尋求創新突破產生的結果；從外部來看，伴隨著與市場、國際接軌，電視業開始探索商業、娛樂色彩節目新形態。電視綜藝的出現、普及是1990年代中國電視業的重要現象。繼《綜藝大觀》《正大綜藝》後，中央台又推出《曲苑雜壇》（1991）、《東西南北中》（1993）等綜藝節目；地方臺在不斷自發創作、借鑒模仿中取得“現象級”成績，湖南臺推出的《幸運3721》（1996）、《快樂大本營》（1997）、《玫瑰之約》（1998）等在全國掀起電視綜藝節目娛樂化風潮。

《綜藝大觀》《正大綜藝》：載入歷史的“綜藝雙子星”。《綜藝大觀》確立中國綜藝節目模式，是第一檔固定化播出的電視綜藝節目，為後續綜藝節目的形態風格奠定基礎；節目綜合各藝術門類進行集成展現，通過觀賞性表演達到娛樂大眾的目的；節目在播出期依據收視率、觀眾意見持續進行改版調試，體現播出期為迎合市場賦予節目靈活、機動的創作特性；節目主持人倪萍引發“倪萍現象”使電視節目主持人制度觀念進一步深化，倪萍個人的形象氣質成為後續節目主持人審美參照。

《正大綜藝》成為中國最“長壽”的電視綜藝節目。節目體現出對中國傳統電視節目模式的繼承，在內容、形式創作上延續1980年代“風光風情片”的審美風格和文藝專欄《外國文藝》的編譯方式^{[17]138}；節目初期由“世界真奇妙”“五花八門”“名歌金曲”等版塊構成，以互動性的猜謎向觀眾介紹世界各地風土人情，形成外景與室內、風光旅遊與益智遊戲、綜藝與影視相結合的節目模式特色^{[17]138}；節目開啟中國電視綜藝節目由跨國集團冠名參與創作、引進節目資源的形式，實現國內電視台體制內“准進口”式制播分離^{[17]139}，較早顯現電視綜藝節目商業化氣質。

《快樂大本營》^①：掀起明星遊戲節目“快樂旋風”。《快樂大本營》與同期主流綜藝相比有明顯風格差異，其抓住觀眾放鬆身心、追求愉悅的觀看訴求，用“純娛樂”遊戲替代益智、競技等元素；節目打造“快樂家族”品牌主持人群，人設從“明星”變為“朋友”更顯親和力，嘉賓出場除才藝表演外還增添遊戲互動，明星在節目中大笑甚至“出糗”，主持人和嘉賓去除“星味”回歸普通人的設定具備“真人秀”氣質；節目在全國掀起一陣強烈、長遠的“快樂旋風”，通過持續改版規避節目老化、大眾審美疲勞等風險，其開放的節目理念和演播形態，確立了中國電視綜藝節目模式又一重要審美範式^{[17]143}。

《玫瑰之約》：引領婚戀速配節目“玫瑰潮流”。《玫瑰之約》借鑒臺灣地區節目《非常男女》^[18]將情感私域話題搬上電視螢屏，體現文化語境的包容與電視服務性的複歸，在物質生活外對青年群體精神生活給予照拂；節目主要嘉賓為“素人”而非明星，以“普通人看普通人”的設定拉近節目與觀眾的距離。《玫瑰之約》是中國內地較早以婚戀速配為內容的綜藝節目，成為後續《非誠勿擾》（2010）、《新相親大會》（2019）的範本，“男女互動+嘉賓觀察”模式至今影響著社交、慢生活類“戀綜”節目創作。

3. 電視晚會：“重大主題”與“實景”晚會興盛的別樣景觀

1990年代電視晚會佈局較規整，以央視春晚為中心、地方臺春晚為散點的“春晚矩陣”相對成型，以央視中秋晚會、“心連心”藝術團慰問演出為代表的實景晚會樣態開始出現，以音樂舞蹈、戲劇戲曲、情景表演等藝術手段為表現形式，在電視播出的重大節慶型晚會成為重要現象，包括《人間正道是滄桑》（1993）、《光明贊》（1995）、《建國50周年盛大慶典》（1999）等。

《央視中秋晚會》：彰顯情、景、藝交融的晚會模式。中央台推出的《神州一片月》（1991），開啟自央視春晚後又一以中華傳統節慶與民俗文化為主題和審美契機^[19]的大型節慶晚會，確立了延續至今的央視秋晚審美範式。央視秋晚追求與央視春晚風格的差異化，“月”系列、“中華情”系列、“總臺秋晚”三個階段整體圍繞“月圓思鄉情”主題展開創作；創新探索實景電

① 《快樂大本營》於2021年改名、改版為《你好星期六》。

視晚會樣式形態，營造意境獨到、天人合一、技術融合的山水園林風格；將央視大型晚會的演播空間從北京逐漸拓展到江南水鄉，體現集結海峽兩岸、海外華人的創作理念，以影像方式強化“中華民族共同體”認同感與凝聚力。

《“心連心”晚會》：展現質樸之美的公益演出品牌。中央台於1996年成立“心連心”藝術團並赴江西遂川演出，標誌著“心連心”藝術團慰問演出（簡稱“‘心連心’晚會”）的正式誕生。“心連心”晚會以“文藝走基層”為契機，開創實景電視文藝晚會的“慰問演出”模式，以親切、溫暖的風格調性，參演無報酬、舞美低成本的製作原則，確立延續至今的央視公益晚會品牌；晚會深入相對偏遠（特別是紅色革命老區）的農村、工廠、學校，打破電視晚會作為文化資源集中在頭部地區進行錄製演出的局面；選取觀眾喜聞樂見的藝術形式，整合演出地歷史文化資源進行節目創作，邀請本地藝術家與藝術團成員合作演出，將互動、聯歡形式的效用發揮到極致。“心連心”晚會是對1990年代電視節目商品化、娛樂化的反撥，以追求“質樸美”“真實美”形成群眾文藝與電視文藝、藝術表演與社會公益相結合的晚會形態^[677]。

《建國50周年晚會》：20世紀末重大主題晚會的集大成製作。《建國50周年晚會》全名為“熱烈慶祝中華人民共和國成立50周年大型聯歡晚會”。晚會將重大主題與實景形式相結合，實現重大主題電視文藝晚會兼具政治意識形態和藝術審美兩方面的屬性及功能訴求^[671]；晚會以天安門廣場為主場地，聯合十餘個省、市、自治區電視台傳送“分會場”實況，天安門城樓及各地標誌性建築物與晚會內容相呼應，實現真正意義上的“情景交融”，又設計各種形式營造慶祝港澳回歸、迎接新世紀的氛圍，並通過衛星向全世界直播，在內容、傳播設定上成為重大主題電視文藝晚會的範本。

（四）新世紀新階段（2000—2011）創作概貌與標杆之作

進入21世紀，中國電視藝術走向全面發展、繁榮新階段，電視兼具政治宣傳、娛樂消遣功能的“第一媒介”地位被確立。電視成為觀眾瞭解國內外動態的主要窗口，並廣泛、深入、細密地融入觀眾生活中。集團化改革、制播分離實踐、廣告熱播，電視業呈現出市場化、產業化趨勢。互聯網及新媒體技術的飛速發展為電視業帶來機遇與挑戰。中國電視藝術在繼承並深耕的基礎上，積極融入市場化、國際化浪潮，創造了新世紀新階段電視藝術新景觀。

1. 電視劇：繼承創新與類型雜糅

新世紀新階段電視劇創作在延續類型化特色基礎上，嘗試進行“類型雜糅”和“反類型”^{[15]91}。在繼承上，《康熙王朝》（2001）、《孝莊秘史》（2002）延續“個人傳記”歷史正劇，《金婚》（2007）、《媳婦的美好時代》（2009）延續圍繞“婚姻關係”的家庭倫理劇，《炊事班的故事》（2002）、《家有兒女》（2005）延續情景喜劇並走向“系列化”。在創新上，歷史劇延伸出顛覆正史敘事的古裝劇，《武林外傳》（2006）立足明代背景講述以現代流行元素為主導、

帶有解構抽象性質的喜劇故事，《穿越時空的愛戀》（2002）、《宮》（2011）等穿越偶像劇講述現代平凡少女與古代“霸總”阿哥的情感故事，《大宅門》（2001）、《闖關東》（2008）等年代劇透過家族變遷與傳奇故事，展現民族歷史的縱深感。軍旅題材劇大規模湧現，《長征》（2001）、《亮劍》（2005）等復現革命歷史、弘揚革命精神，《士兵突擊》（2006）、《我的兄弟叫順溜》（2009）等展現當代軍人氣質、現代軍隊風采。

《大宅門》：年代劇傳奇敘事與藝術演繹的高峰。《大宅門》開闢新世紀年代劇民族工商業發展類型，暗含觀眾對當代中國工商業體系發展的信心，是中華民族偉大復興理想在電視劇的反映^[20]，為後續《大染坊》（2003）、《喬家大院》（2006）等年代劇樹立標杆；該劇設計“家族榮辱”與“國家危難”雙線並行，成為以“家國同構”傳奇敘事彰顯時代與人物共振關係的典範；還以北京話、京韻大鼓、京劇唱腔等打造鮮明地域風格，是“京派”電視劇又一高峰。《大宅門》是中國內地第一部高清晰度電視劇，是體現新世紀新階段中國電視劇攝製水準的里程碑式作品。

《亮劍》：經久不衰的戰爭劇與影響深遠的“亮劍精神”。《亮劍》的主角李雲龍兼具“紅色偶像”與“不完美英雄”設定，既凸顯歷史、傳奇性，又為英雄平凡、境遇坎坷的表達留有空間，影響後續《士兵突擊》《我的兄弟叫順溜》等劇集的人物塑造；該劇基於階段性歷史背景，實現順逆境、敵友等對立關係機動轉換，顯現時代洪流裹挾人物動蕩命運的史詩感；該劇還打造鮮有的劇集精神範式，出自臺詞片段的“亮劍精神”被挪用到體育、教育等領域，產生超越電視文本的影響力。

《甄嬛傳》：網絡時代清宮劇“出彩”與“出海”新景觀。《甄嬛傳》（2011）是新世紀文學改編形式復歸風潮的一種顯現，網絡文學為劇集創作提供養料，推動“網絡文學—影視作品”文化產業鏈成熟；《甄嬛傳》後續售賣“出海”被精編為6集英文電視電影上線網飛（Netflix），開啟中國電視劇在海外流媒體平臺以付費形式播出的先例；以互聯網平臺為場域，觀眾對《甄嬛傳》劇情、人物乃至“穿幫”鏡頭的持續討論，以及“大學生演甄嬛傳”“甄嬛傳十級考試”等現象出現，體現劇集經久不衰的影響力。



圖2 《甄嬛傳》（圖片來源：豆瓣）

2. 電視綜藝節目：“超級模式”的本土化改造與創新

進入新世紀新階段，市場經濟的持續發展和社會生活的日益開放為電視綜藝發展提供深厚土壤^{[21]64}。以歐美國家、中國港臺地區綜藝為代表的“外來訊號”成為重要靈感來源，《幸運52》（2000）、《開心辭典》（2000）、《超級女聲》（2004）、《非誠勿擾》（2010）、《中國達人秀》（2010）等均通過參考借鑒、版權購買的方式創作。對國外知名電視綜藝節目模式即“超級模式”進行本土化改造與創新，成為新世紀中國電視綜藝的組成部分。從產業角度來看，綜藝節目內容生產的市場化和社會化成為趨勢^{[21]47}，民營企業製作力量興起，制播分離實踐不斷深化，大量商品廣告湧入節目，電視綜藝產業制播現代化走向縱深。

《幸運52》《開心辭典》：商業化移植改造的“益智雙子星”。《幸運52》和《開心辭典》是中國綜藝節目創作在開放環境下與國際流行趨勢對接的產物^{[21]53}，原型為西方競猜博彩節目《GoBingo》和《Who Wants to Be a Millionaire?》，掀起引進、改編“超級模式”的潮流；其揚棄原型“拜金主義”價值觀進行精細本土化改造，作為獎勵的日常生活用品是帶有廣告性質的“牌子貨”，“家庭夢想基金”則通過選手自白賦予具象用途，將金錢贈予合理化；節目較好地闡釋“益智性”，螢屏內外的觀眾在選手答題時主動、積極思考參與，對“誰能最終勝利”進行猜測與追問，滿足觀眾展現自我的追求乃至夢想，達到寓教於樂效果。

《超級女聲》：平民才藝選秀市場化運作的先聲。《超級女聲》是中國綜藝創作歷程中以國外才藝選秀節目“超級模式”為參照的本土化現象，打造體制性強勢平臺與市場化運作機制的配合、增殖^{[17]154}；節目以“無門檻”報名標準鼓勵大眾參與，以真人秀樣態呈現平民選秀過程，打破以往綜藝節目的“星素”分明，宣導平等理念；節目引入海選、投票、對決、復活等賽制，觀眾為選手投票的數目決定其去留，激發了大眾自主選擇的潛能，為後續選秀競演節目奠定模式基礎；節目還引領彼時潮流風尚，尤其是《2005 超級女聲》中選手展現短髮、方框眼鏡、黑皮膚等“中性美”特色，打破既有女性審美觀念，獲得諸多年輕觀眾的認可與追捧。

《星光大道》：“百姓圓夢舞臺”的典型樣板。《星光大道》（2004）是競技綜藝節目形式從單一到綜合的過渡，區別傳統歌舞單一技能競賽，《星光大道》不限定表演形式，使選手獲得最大發揮空間；節目在一定程度上跳脫出同期節目娛樂化、商品化特質，構建起追求質樸美感的“百姓舞臺”，是社會主義群眾文藝的時代化顯現，引領《我要上春晚》（2010）、《開門大吉》（2013）等央視“百姓圓夢”類節目群；節目還將喜劇性、情感性、公益性的內容元素融進競技表演中，同時淡化淘汰、失敗等相對負能量的環節，力求營造和諧競技的氛圍，實現電視綜藝節目審美教化效用。

3. 電視晚會：新媒介環境下主題樣態的多元呈現

新世紀新階段，電視晚會受到電視整體產業化影響，以央視春晚為代表的電視春晚顯現出

濃烈的商品化特質，體現在冠名、植入廣告、賀年電報等設置上。同時，“春晚”這一形式在互聯網開闢“新賽道”，北京臺、中央台等開始創作“網絡春晚”。這一時期，除在傳統節日、重大紀念日舉辦晚會外，任何現實事件、情感動向都能成為晚會創作來源。比如，北京申奧成功後中央台舉辦慶祝晚會《奧林匹克情》（2001），中央台舉辦義演晚會《愛的奉獻》（2008）為汶川地震災區募捐。各類慶祝、頒獎、動員晚會湧現，體現了創作者與觀眾對晚會這一形式的“雙向”認可。

《奧林匹克情》：綜合演藝與新聞紀實交融的成熟樣態。《奧林匹克情》是北京獲2008年夏季奧運會主辦權後舉辦的慶祝晚會，展現出新世紀主題晚會的成熟樣態。晚會從“奧運+中國”創作思路出發，以舞武曲藝等傳統藝術品類緊扣關鍵字“奧林匹克”“北京”，創作出《歡迎你到北京來》《奧運長城》等節目；晚會直播場景在多地輪番流轉，切入莫斯科簽約儀式、新聞發佈會畫面，融合電視新聞性與紀實性，為其後《百年圓夢》（2008）、《中國冰雪之夜》（2022）等慶賀、致敬型晚會奠定風格基礎；晚會以巧妙的藝術表達，抒發全國人民獲悉北京申奧成功後的喜悅之情，以即時採訪、熱線電話等方式將海內外人民的祝福進行播報展示，強化晚會全球慶祝儀式的建構。

《愛的奉獻》：電視晚會社會動員功能的彰顯。《愛的奉獻——2008 宣傳文化系統抗震救災大型募捐活動》（簡稱“愛的奉獻”）摒棄傳統電視晚會華麗恢弘的設定，以質樸大方的舞美、妝造確立莊嚴肅穆的氣質，與中華文化中以素簡風格表示哀悼、緬懷的傳統一脈相承；晚會具有新聞性特質，加入現場連線、採訪、紀實片花等環節，為螢幕內外的觀眾播報災區最新消息，在社會動員的同時強化安撫民心的功用；承繼《我們萬眾一心》（1998）、《我們眾志成城》（2003）等不同時期社會動員晚會，《愛的奉獻》以合唱、群體朗誦等多人陣容節目為主，強化舉國團結、萬眾一心的主題，發揮電視文藝的輿論引導作用，在社會動員晚會的風格調性、節目編排、審美取向等方面發揮引領性。

《央視網絡春晚》：央視春晚品牌的網絡場域延伸。自2011年起始，中央電視台主辦的《中央電視台網絡春晚》（簡稱“網絡春晚”）確立了延續至今的央視網絡春晚品牌^①。網絡春晚積極探索新型春晚創作模式，打破以往春晚的單線感與暫態感，在播出週期形式上打造風格差異；其主題設定、內容選擇區別於電視春晚的宏大深厚，偏向選擇更輕鬆日常的“網感+娛樂”審美；除較青春化的明星陣容外，還增設由網絡達人組成的“素人”陣容，顯現主流平臺對網絡紅人、熱點、語言的接納。2016年後，網絡春晚固定在小年夜播出，促成央視“小年+除夕+元宵”節慶晚會矩陣，其規律創作播出的形態逐步確立。

① 此前有《2002年虛擬春節聯歡晚會》（2002）、《全球華人春節網絡聯歡晚會》（2006）、《2006FLASH動畫春節聯歡晚會》（2006）、《CCSTV-CHINA COUNTYSIDE TV春節聯歡晚會》（2009）等網端自製自播的網絡春晚，《網絡互動春節聯歡晚會》（2010）臺端自製自播的電視網絡春晚。

（五）新時代（2012 至今）創作概貌與標杆之作

黨的十八大以來，中國電視藝術領域在習近平新時代中國特色社會主義思想指引下，堅持以人民為中心的創作導向，充分挖掘中華優秀傳統文化資源，在創作理念、方式、風格等層面不斷革新，走出中國式現代化電視藝術創作生產道路。具體體現在以下幾個方面：

一是內容層面對重大主題的重點聚焦和對中華優秀傳統文化的吸納運用。以黨和國家重大歷史紀念日和重要事件等為題材和創意的電視劇、綜藝節目、電視晚會，通過“獻禮”“展播”等形式策劃選題、創作播出；在高揚文化自覺與文化自信、堅持“兩創”的基礎上，以對文化經典的現代演繹、對歷史典藏的時代轉化、對精神價值的當代表達^[22]為主要方式，形成以古典題材電視劇、文化類綜藝節目、文化類晚會為代表的文化電視矩陣。

二是媒介層面的跨平臺融合形態成熟。新時代電視藝術創作中“電視”媒介屬性的內涵與外延實現擴展，依託互聯網的視聽新媒體平臺、流媒體平臺、視頻社區網站、社交軟體等，電視藝術實現了多媒介端口的融媒體內容輸出，台網聯動、先網後臺、移動優先成為新時代電視劇、綜藝及晚會製作傳播的主要模式。除創作平臺、傳播途徑、收看終端發生變化外，網絡的興起還對電視藝術的內容風格、創作形式、審美取向等產生影響。

三是傳播層面在國際交流中實現從“接入者”到“輸出者”的身份轉變。新時代中國電視藝術逐漸擺脫“洋模式”與“純娛樂”的負面影響，在獨立自主探索、發展自身道路的進程中，依託本土豐厚多樣的優秀文化資源，創作出獨具“中式傳統古風美學”或“中國式現代化都市風格”的電視劇，以文化旅遊、美食、音樂等為內容的電視綜藝節目及晚會。成熟完善的“中國模式”進入國際影視生態中，實現中國電視藝術的版權輸出與內容“出海”。

1. 電視劇及網絡劇：重大主題與現實主義的並行發展與和諧交融

進入新時代，在行業提質減量、平臺降本增效“雙重”作用下，電視劇題材選擇、內容開掘、視聽探索、商業轉化等方面持續突破，被行業熱議、得商業效益、展人文情義的精品劇集占比增大，主要體現在重大主題與現實主義兩個創作面向。以《海棠依舊》（2016）、《外交風雲》（2019）、《覺醒年代》（2021）為代表的革命歷史題材劇呈現中國電視劇創作與新時代脈搏同頻共振的全新藝術景觀^{[23]50}，以《理想照耀中國》（2021）、《百煉成鋼》（2021）、《功勳》（2021）為代表的系列、版塊、單元結構劇注重形式上的探索創新，為實現劇集高質量發展提供獨特路徑與方法^{[23]51}；現實主義題材實現多類型呈現，以《人民的名義》（2017）、《大江大河》（2018）、《山海情》（2021）為代表的掃黑除惡、改革發展、脫貧攻堅題材劇描摹時代背景下個體命運走向，以《小別離》（2015）、《歡樂頌》（2016）、《人世間》（2022）為代表的家庭教育、情感題材劇還原不同年代中國式家庭的真實情景，以《火藍刀鋒》（2012）、《裝臺》（2020）、《麓山之歌》（2022）為代表的行業劇展現獨特職業樣貌、宣揚職業精神。新時代古裝劇的創作模式較為穩定，除以《於成龍》（2017）、《天下長河》（2022）為代表的歷史正劇外，《琅

《瑯榜》（2015）、《知否知否應是綠肥紅瘦》（2018）、《蒼蘭訣》（2022）、《長相思》（2023）等依據網文IP創作的古裝劇在展現“中式美學”、塑造“東方奇觀”上發揮不可替代的作用，成為新時代國產電視劇“出海”的熱門類型。

《山海情》：當代農村題材劇的創新風貌。《山海情》具有濃烈現實主義色彩，涉及地區、人物、故事均有現實原型，創作團隊預先對其進行調研採訪，保證內容創作的可靠性與貼近性；該劇以地域性風格佈景、妝造力求還原大西北風貌，臺詞採用寧夏方言和福建普通話，在對西北農村情境進行複現的同時，也為西海固村民與福建專家角色塑造增色；該劇敢於直面現實，對基層幹部搞形式主義、偏遠地區農產品滯銷、農村兒童輟學等問題予以觀照。《山海情》圍繞國家戰略主題，藝術化呈現了中國共產黨團結帶領人民群眾擺脫貧困、共謀復興的歷史進程，以真情實感的藝術演繹引發觀眾精神共鳴。

《覺醒年代》：革命歷史題材劇的審美突破。《覺醒年代》突破以往重大革命歷史題材劇的常規歷史敘述方式，巧妙地將歷史史實與敘事邏輯縫合在《新青年》雜誌陣地變遷、創辦傳播進程中，實現創新化、陌生化的歷史再現；該劇基於歷史史實與敘事建構，形成陳獨秀、李大釗等革命先驅與毛澤東、周恩來等革命青年兩個“雙主體”的人物設計^{[23]52}；以辯證思維處理人物的英雄性與平凡性^{[23]51}，呈現人物遊走於革命工作、日常生活不同身份的全面真實狀態，尤其體現在對陳獨秀與陳氏兄弟的情節聚焦與關係刻畫中；毛澤東冒雨逆行、李大釗湖中泛舟等詩意畫面，升格慢動作鏡頭、平行交叉剪輯等攝製手段，以及版畫動畫的使用，彰顯出浪漫主義氣質與革命崢嶸歲月的創新結合。《覺醒年代》調動起青年觀眾對重大革命歷史題材劇的觀劇興趣，臺詞金句、表情包圖片、名場面片段等“二創”素材引發網絡熱度，對黨史文化傳播、思政教育創新作出貢獻。



圖3 《覺醒年代》（圖片來源：豆瓣）

《人世間》：溫暖現實主義風格的“人民史詩”書寫。《人世間》以“家庭”為單位折射出地域、國家乃至民族的真實時代變遷，周家命運、觀念的衍變成爲無數中國家庭的縮影，賦予劇集深厚濃重的歷史感；該劇以淳樸的人與苦難生活“對抗結構”為核心，彰顯中國人對善良本分、勤勞踏實品質的堅守，體現人們對和諧美滿家庭生活的嚮往與追求；該劇還通過對人物群進行細緻刻畫，展現個體非以“好壞”定性的豐滿、鮮明形象，整體以溫暖現實主義的手法，既直面現實問題與困境，又找到符合生活邏輯與情感邏輯、給人希望的解決方式^[24]。

2. 電視及網絡綜藝節目：堅守文化主體性與釋放類型多元化

文化類綜藝節目是新時代電視綜藝的主流，主要包括競賽益智《中國詩詞大會》（2016）、情景演繹《國家寶藏》（2017）、音樂傳唱《經典詠流傳》（2018）等，呈現“綜N代”持續發展局面。音樂、戀愛、喜劇題材（簡稱“音綜”“戀綜”“喜綜”），“慢”風格（簡稱“慢綜”）也是新時代綜藝節目的主要特點：“音綜”弱化競演賽制，以“音樂+”形式出現，音樂戶外《時光音樂會》（2021）、音樂社交《閃光的樂隊》（2021）、音樂獻禮《聲生不息》（2022）等節目強調“音樂本位”；以觀察類真人秀為形式的“戀綜”尋求“情感階段”差異性，初戀《沒談過戀愛的我》（2022）、夫妻《愛的修學旅行》（2023）、離婚《春日遲遲再出發》（2022）等通過共處思考情感關係真諦；“喜綜”以相聲小品、情景話劇、脫口秀技能競賽為主，《德雲鬥笑社》（2020）、《一年一度喜劇大賽》（2021）、《今晚開放麥》（2023）等實現東西方喜劇融合展演；“慢綜”以鄉村生活《嚮往的生活》（2017）、餐廳經營《中餐廳》（2017）、旅行探索《青春環遊記》（2019）、好友聚會《快樂老友記》（2023）為代表，著重展現平凡生活中溫暖治癒的日常美。此外，央視“央young”系列“新媒體主播才藝秀”，芒果TV背靠平臺資源自製“劇綜”“影綜”，小紅書社交軟體對微短自製綜的試水，成爲新時代綜藝節目創作新風向。

《中國大會》系列：助推中華優秀傳統文化“兩創”的典範。《中國漢字聽寫大會》（2013）開啟央視《中國大會》系列品牌節目^①製作，成爲文化類綜藝節目系列化、產業化創作的先行者，其在繼承中國演播室“競賽”形式基礎上，融合“遊戲”“益智”元素，將詩詞、漢字、書法、文博、戲曲等文化精萃與現代傳媒結合，以多種表現形式實現中華優秀傳統文化的創造性轉化和創新性發展：一是競賽主題多元體現普惠大眾與廣泛傳播目的，二是邀請著名文化學者擔任點評嘉賓，用通俗性與學術性兼具的表述解讀、深化節目內涵，三是調用舞美、音視頻視聽手

① 包括《中國漢字聽寫大會》（2013）、《中國成語大會》（2014）、《中國詩詞大會》（2016）、《中國戲曲大會》（2017）、《中國地名大會》（2019）、《中國國寶大會》（2021）、《中國考古大會》（2021）、《中國書法大會》（2023）、《中國米食大會》（2023）、《中國短視頻大會》（2023）、《中央廣播電視總臺2023小品相聲大會》（2023）等。

段乃至 VR、XR 前沿技術，以“思想+技術+藝術”營造意境美。《中國大會》系列在創作播出中持續改版，通過主題擴充和賽制調整使樣態不斷豐富，體現節目積極調試、順應時代審美的原則，在文化類綜藝節目創作中起到引領、示範作用。

《奔跑吧兄弟》^①：引進模式本土化創新的典型代表。《奔跑吧兄弟》（2014）是引進模式與本土創作結合類綜藝的典型代表，既依照原版節目製作，又立足於中華文化資源展開創新探索，體現在選景國內旅遊勝地，“遊戲世界”植入中國歷史、神話故事等方面，在探索引進模式中國化上保持較強創新力；節目改版後開闢“星素結合”模式，通過明星與素人互動、素人才藝展示，凸顯節目真實感與接地氣感；節目具備較強社會責任感，除將個人獎品拍賣用於公益外，曾以“黃河經濟”“共同富裕”“生態保護”等議題作為特別篇切入口，體現節目創作對社會現實的觀照；節目還將錄製地點拓展到海外，通過與錄製地國家進行友好互動拉近彼此關係，展現新時代綜藝節目創作的全球化視野。

《國家寶藏》：開闢文博資源情景演繹與影像轉化新路徑。《國家寶藏》在內容模式、呈現方式上融合創新，開闢文化類綜藝節目創作新路徑，以“情景表演+專家解讀”為內容架構，影響其後《典籍裏的中國》（2021）、《詩畫中國》（2022）等節目創作；區別於《鑒寶》（2003）、《一槌定音》（2011）等文物收藏、投資節目，《國家寶藏》不將文物進行經濟定位，而是挖掘、展現其人文內涵、審美風尚，讓觀眾瞭解文物、愛護國寶、走近文博乃至增強民族自信；節目還積極創新內容語態，激發觀眾參與熱情，帶動文化旅遊熱潮，讓博物館成為“打卡聖地”，打開文博旅遊邁向主流市場的新空間。

3. 電視及網絡晚會：中華文化氣韻與藝術技術融合

進入新時代，晚會創作風格顯現出鮮明中華文化氣質與風韻。央視春晚、秋晚及跨年晚會等電視晚會從風光景色、人文歷史中汲取靈感，注重對文化深厚內涵、時代鮮明主題“以史喻今”“家國同構”的表達；以河南臺《中國節日》系列節目為代表的台網晚會依據自然時序，將節日、節氣蘊含的風俗習慣、倫理情感進行情景複現、歌舞表演創作，喚起觀眾對傳統文化的關注；以視頻網站嗶哩嗶哩《最美的夜》為代表的網端晚會將文化作為元素，以“古風”“國風”的樂器詞曲、妝造舞美構建青年人的“新國潮”舞臺。從技術角度出發，依託現代演藝科技進步，5G、AI、4K/8K、AR/VR/XR、虛擬製片等“制拍傳顯”技術，LED 巨幕、冰屏紗幕、旋轉舞臺等裝置普及，藝術、技術聯合創作的實踐水準、應用程度成為評判晚會品質的標準。總體上看，新時代較為突出的三類晚會值得關注：一是黨史文藝晚會承接節慶晚會創作傳統，《我們的四十年》（2018）、《奮鬥吧 中華兒女》（2019）、《英雄兒女》（2020）、《偉大征程》（2021）

^① 《奔跑吧兄弟》播出4季後於2017年改名為《奔跑吧》，至今已推出7季普通篇、3季特別篇。

等，成為新時代黨史學習教育的“電視教科書”；二是從初期阿裏巴巴與湖南臺合作《天貓雙11狂歡夜》（2015），到2020年六大電商平臺、五大衛視、四大視頻網站參與製作、播出“貓晚”“獅晚”“狗晚”等，“雙11購物”晚會迎合大眾消費訴求營造年度“狂歡”；三是流媒體平臺、社交媒體平臺以頒獎典禮、年終慶典形式舉辦晚會，國家指導、平臺聯辦的《中國網絡視聽年度盛典》（2022）充分展現網絡視聽行業的新時代新風貌，《尖叫2015愛奇藝之夜》（2015）、《2018抖音美好奇妙夜》（2018）、《知乎答案奇遇夜》（2021）等依據平臺資源、調性創作，力求打造差異化風格定位。

《最美的夜》：互聯網平臺青年聚集地的“跨年狂歡”。視頻網站哔哩哔哩（bilibili，簡稱“B站”）自2019年推出跨年晚會《最美的夜》，其基於互聯網思維，利用平臺大數據推算站內用戶最關注、喜愛的內容用於節目創作，促成用戶對晚會的認可與追捧；晚會結構以不同版塊接續排列，對應不同內容元素與形式功能，既有遊戲、動漫、漫畫等亞文化文本，又有用說唱、虛擬表演等形式展現革命歷史、傳統文化的節目，實現青年亞文化與主流文化的交融互滲；晚會對高精尖技術的嘗試代表同期網晚最高水準，虛擬現實、全息投影、冰屏紗幕等為節目創作提供更多可能，“平行時空”“指尖互動”等屏端創意設計對接“遠程在場”的線上用戶。從B站生態來看，《最美的夜》較拜年祭/紀積極向外探索，打破站內外文化壁壘，為後續《夏日畢業歌會》走向大眾化作出示範；從媒介生產來看，《最美的夜》使得“網生^①”形態進入大眾視野，為流媒體平臺、視頻網站製作晚會提供參考。

《中國節日》系列：藝術技術融合下的晚會新樣態。河南臺推出的《2021元宵奇妙夜》拉開《中國節日》系列序幕^②，其打造的電視晚會新樣態在顛覆“茶座式”基礎上突破場地局限性，依託虛擬製片、後期特效技術手段，營造開放虛擬的演藝空間，為展演提供“無限”舞臺；晚會創作將地域性文化作為內容，以“河南元素”為主並拓展到全國各地，展現出河南中原文化乃至中華傳統文化的深度、廣度與厚度；晚會創作團隊敏銳捕捉到《唐宮夜宴》的藝術潛質，以“唐小妹”為串聯線索延伸打造後續晚會，使得“以一帶多”系列創作成為風尚，也帶動地域性文化傳播與旅遊振興。

《偉大征程》：新時代情景史詩晚會的新高度。《偉大征程》是為慶祝中國共產黨成立100周年推出的大型情景史詩晚會。晚會將多藝術品類在單個節目中糅合，以凝練概括的綜合性片段複現歷史，借經典歌、影、劇進行故事化敘述，實現雙重鋪陳下的情感疊加，展現出情

① 網絡平臺“自製自播”的節目生產傳播模式。

② 早期熱度最高的《唐宮夜宴》只是《2021河南省春節晚會》中的舞蹈節目。因《中國節日》系列的播出形態與常規綜藝周播、季播不同，是依照以“年”為週期的中國傳統農曆節日時序在晚間推出，節目內容以歌舞表演為主，與節慶型晚會的特性更為貼合，故將其劃分在晚會而非綜藝節目中。

景交融、以詩講史的風格；巧妙採用複合結構設計，既以戲劇視頻過渡劃分篇章，實現詳略書寫，又以紀實影像展現黨的行動指南歸納昇華，使百年黨史故事重點突出、層次豐滿；晚會體量龐大、資訊複雜，電視化視聽語言設計較好實現重點展示與情感引導，電腦動畫、時空凝結技術運用既帶來視覺衝擊，又在敘事表意、氛圍烘托上助力。《偉大征程》在延續黨史文藝晚會政治性、抒情性相統一的基礎上，以前所未有的深厚題旨、盛大規模、糅合形態，刷新了黨史文藝晚會的創作高度。

三、中國電視藝術“標杆之作”的基本經驗與創作啟示

縱觀中國電視藝術發展歷程，特別是其中“標杆之作”的創作特色，堅守中國化與人民性的價值導向、秉持大眾性與時代性的創作思路、構建矩陣化與國際化的傳播體系、打造完形性與帶動性的產業格局，成為中國電視藝術形成的基本經驗與創作啟示。

（一）堅守本土的價值導向：中國化與人民性

從價值導向來看，中國電視藝術乃至中國文藝自誕生以來始終處在黨和國家的關懷與指導下，延安文藝座談會、文藝工作座談會等指導性會議的召開明確了文藝為誰服務、如何服務等問題，為中國電視藝術創作指明方向。中國電視藝術領域堅持以人民為中心的創作導向，力求凸顯中國特色、中國風格、中國氣派，在探索中國特色節目創作規律的過程中厘出電視藝術的中國道路、中國經驗，在價值傳遞、情感表達，以及創作生產、內容傳播上堅持從中華文化、中國歷史中汲取營養，以符合中國觀眾審美、中國國情需要作為電視藝術創作的價值要求。

中國電視藝術創作以極強的現實觀照實現對人民生活、中國故事的即時反映，對人倫親情、愛國主義等思想情感的宣揚，在豐富人民群眾精神文化的同時，發揮電視藝術的宣傳、教化功能。20世紀50年代宣傳社會主義新人新事的新聞報導劇與新時代反映現實問題、展現現實生活的現實主義劇，都是對人民真實風貌的還原，是將人民放在藝術呈現首要地位的表現。20世紀80、90年代的電視劇文學名著翻拍熱與新時代文化類綜藝節目的大規模湧現，都是發揮文化資源優勢、以現代傳媒手段實現對中華優秀傳統文化的創造性轉化和創新性發展。堅持本土的價值導向，以中國化和人民性為指引，中國電視藝術成為構築國家文化軟實力，支撐中華民族走向偉大復興的重要精神文化力量。

（二）繼承創新的創作思路：大眾性與時代性

中國電視藝術領域開創了具有中國特色的劇集類型與節目模式，始終以觀眾喜聞樂見、易於接受的風格樣態作為創作主流，並在時代變遷中體現出繼承與創新並進的創作思路。重大革命歷史題材電視劇、重大主題文藝晚會堅持政治性與抒情性交融，其對歷史的重現、講述及藝術化表達呈現出對電視藝術輿論引導作用的堅守。緊密圍繞觀眾日常生活的家庭倫理電視劇、

家庭觀察綜藝節目，體現出對中國式傳統倫理、情感觀念的觀照，以“家”為基本單位講述親子關係、生活故事，反映出中國人夫妻和睦、尊老愛幼的關係原則，體現出人民對美好生活的嚮往以及對傳統道德觀念的繼承弘揚。在重要節日舉辦電視節慶晚會的傳統在春晚、秋晚及跨年晚會基礎上進一步創新拓展。

中國電視藝術工作者在緊密結合時代關切、時代精神的基礎上，保持著對中國現實持續、即時的關注，觸及時代癥結、表達精神風向的藝術創作引發觀眾關注認可。創作者在發揚文化傳統、挖掘歷史資源的基礎上，充分考慮不同時代觀眾的觀看需求與審美趣味，自主研發具有中國特色的電視藝術品類，創作出彰顯中國精神的電視藝術作品，將多元主題、樣態、元素、技術等結合，形成傳統與現代共振的中國電視藝術創作方式與路徑，成為中國電視藝術本體建構的重要驅動力。

（三）多元廣泛的傳播體系：矩陣化與國際化

電視作為改革開放以來最具影響力的媒介之一，對大眾的資訊交互、生活習慣、潮流風尚等產生較大影響。從傳播方式來看，“二次加工”的文化產品成為電視藝術內容傳播的主流形態。一方面，“Z世代”掌握網絡傳播管道主動權，貼合青年人審美趣味成為創作重要方向；另一方面，移動終端媒介使用者的娛樂消遣需求放大，直白化、碎片化的內容與接收習慣吻合。從傳播效果來看，電視藝術傳播從單一走向多元，既與媒介資訊數量、分發管道有關，也體現不同時代觀眾的審美趣味與接受習慣。從萬人空巷看《渴望》到獨屬青年人的《最美的夜》，從“超女”一家風靡到同季度各類綜藝“遍地開花”，社會性轟動效應已不常見，多元類型、內容矩陣下分眾化、垂類化的趣緣群體認同成為普遍現象。

立足於國際視野，中國電視藝術的海外傳播從政治交流變為商業合作：從以成片互換、合作拍攝方式“走出國門”，到中國自主原創節目模式“出海”，成為國際節目市場的獨特景觀。《蒼蘭訣》《漫長的季節》等劇集被海外購買成片上線平臺播出，《我就是演員》《乘風破浪的姐姐》等綜藝被美國、越南等國購入版權創作，《國家寶藏》《經典詠流傳》等原創節目集體亮相戛納春季電視節。優質電視藝術作品為提升中華文化軟實力和國際傳播能力作出貢獻，中國電視藝術作品的海外傳播為世界電視的創新發展提供了中國方案，貢獻了中國智慧^[25]。

（四）成熟拓展的產業格局：完形性與帶動性

中國電視藝術產業伴隨著中國電視起步、發展、壯大，實現“從無到有”的過渡併發展成型，成為中國文化領域最具活力、影響力、發展潛力的產業之一。從中國電視藝術產業進程來看，以改革開放為起點，在社會主義市場經濟體制建立完善的大背景下，廣播電視業生態格局不斷創新演化：對劇集、節目資源的調動促使制播分離初步顯現，電視商業廣告出現並被賦予合法地位，電視藝術的經濟屬性被挖掘並得到認可，電視行業開始向企業化經營轉

型，廣電機構逐漸走向產業集團化，中國電視藝術產業格局基本建立成型。從中國電視藝術產業相關機構的創建來看，從中央臺為從事電視劇創作、生產建立中國電視劇製作中心開始，各地方影視中心陸續出現，民營類影視傳媒製作機構、公司、工作室相繼創立，以華策、花兒、檸萌為代表的民營影視集團、公司與國營電視機構、流媒體平臺達成合作，由此形成上、中、下游具備產業格局的運行生態，電視藝術創作提案備案、拍攝製作、對口銷售的電視產業鏈條趨近成熟。

電視藝術產業還顯現出IP延伸拓展的特征，帶動起“第三產業”的勃興。一是與旅遊業對接，以《爸爸去哪兒》《非遺裏的中國》《去有風的地方》為代表的旅行真人秀、文化類綜藝、田園治癒劇集“熱現象”帶動全國各地娛樂、文化旅遊興起；二是與餐飲行業合作，《蓮花樓》與古茗聯合推出奶茶“一念清心蓮”，《繁花》取景地和平飯店推出“《繁花》定制雙人餐”，聯名、“同款”等關鍵字成為招徠食客的秘訣；三是與文化創意業達成協作關係，以《中國節日》系列節目中“唐小妹”為原型的盲盒手辦、數字藏品受到大眾追捧，以“大春晚季”為代表的總臺文創不斷推出，這些基於電視藝術的IP生產與傳播實現了節目推廣、文化傳承、經濟收益等方面的多贏。

【參考文獻】

- [1] 胡智鋒，何昶成．近年來最具影響力的中國現象級影視作品之觀察[J]．藝術學研究，2019(01)：63-70.
- [2] 趙玉嶸．中國早期電視劇史略[M]．北京：中國電影出版社，2008：15.
- [3] 儲鈺琦．中國直播電視劇史[M]．北京：中國廣播影視出版社，2022：26.
- [4] 高鑫．電視劇觀念的變化與演遞[J]．當代電視，1987(03)：6-9.
- [5] 趙化勇．中央電視台發展史（1958—1997）[M]．北京：中國廣播電視出版社，2008：166.
- [6] 陳寅．中國電視文藝晚會的“政治—抒情”傳統及其演變創新[J]．民族藝術研究，2022，35(04)：70-78.
- [7] 吳秋雅．紀錄與建構——中國電視劇1978—2008年發展綜述[J]．當代電影，2008(10)：82-88.
- [8] 常江．中國電視史[M]．北京：北京大學出版社，2018：173.
- [9] 陳寅．1982—1990：連續劇時期中國電視劇美學風格的確立[J]．新聞界，2016(12)：27-35.
- [10] 王崇秋．化虛幻為神奇 變想像為現實——談電視劇《西遊記》的特技“摳像”[J]．當代電視，2000，(S7)：57-58.
- [11] 尹鴻．中國電視劇60年大系劇碼卷（上卷）[M]．北京：中國廣播影視出版社，2018.
- [12] 戴清．文化轉型的歷史腳步——改革開放以來中國電視劇文化精神的演進[J]．當代電影，

2008(10): 97-100.

- [13] 陳寅. 中國電視綜藝節目模式的審美流變與本土建構——基於元模式的視角 [J]. 現代傳播 (中國傳媒大學學報), 2023, 45(09): 106-113.
- [14] 陳寅. 央視春晚導演選聘機制的變遷與影響 [J]. 現代傳播 (中國傳媒大學學報), 2014, 36(03): 20-26.
- [15] 張育華, 蓋琪. 縱觀 30 年中國電視劇的敘事流變 [J]. 當代電影, 2008(10): 88-92.
- [16] 胡玫. 一個民族的生生死死——我拍電視連續劇《雍正王朝》 [J]. 中國電視, 1999(03): 35-39.
- [17] 陳寅. 審美視野下中國電視綜藝節目模式建構研究 [D]. 北京師範大學, 2021.
- [18] 景曉麗. 十年媒介文化嬗變下的電視相親節目——從《玫瑰之約》與《非誠勿擾》說開去 [J]. 電影評介, 2011(03): 74-75.
- [19] 陳寅. 中秋晚會三十年審美變遷與創新價值 [J]. 電視研究, 2022(01): 62-64+68.
- [20] 劉林沙. 新中國成立以來的中國電視劇與社會思潮簡述 [J]. 當代文壇, 2011(04): 133-136.
- [21] 羅姣姣. 中國電視綜藝發展史 [M]. 北京: 中國廣播影視出版社, 2017.
- [22] 胡智鋒, 胡雨晨. 十八大以來中國電視文藝發展成就與前瞻思考 [J]. 當代電視, 2022(10): 4-13.
- [23] 陳寅, 丁夢瑤. 歷史再現與多元審美的交織: 新時代重大革命歷史題材電視劇的創新特質 [J]. 電視研究, 2023(08): 50-53.
- [24] 胡智鋒, 胡雨晨. 2022 年“現象級”影視作品觀察與思考 [J]. 藝術評論, 2023(05): 41-52.
- [25] 胡智鋒, 陳寅. 五年來中國電視文藝節目發展的新態勢 [J]. 當代電視, 2019(11): 4-8+14.