



集群化：央视春晚30年节目形态的历时性考察

时间:2013-03-13 08:52:00 作者:高红波 来源:青年记者

● 高红波

央视春晚迄今已经走过了30个年头。考察其一路演变的轨迹，笔者发现春晚已经从初期“点状播出”的特别节目，逐渐发展成为后期“阶段性播出”的电视活动产品，其节目形态也从单一的“联欢晚会”直播，逐渐演变为节目集群，衍生出“我最喜爱的中央电视台春节联欢晚会节目评选”、“一年又一年”、“我要上春晚”等栏目和电视活动，共同铸造成央视春晚这个世界华人传媒的著名年节电视文化品牌。

特别节目：“点状直播”的春晚

从媒体报道和有关资料看，央视春晚最初源自1962年春节前后的一台“笑的晚会”。1978年，央视复播后，开始年年制作春晚，但由于当时电视机普及有限，节目一直是录播，内容也大多是与政治挂钩，与春节需要的娱乐氛围不协调，影响力有限。1983年，在导演黄一鹤手中，央视开春晚直播的先河，大获成功。^①

从电视节目类型学的角度分析，有学者认为中央电视台春晚是中国电视业界最珍贵的特别节目品牌。^②所谓电视特别节目，指的是“电视机构打破常规播出之栏目、时间、长度等诸多限制，充分投入人、财、物的资源，以各类特别事件作为内容载体，以特别策划、精心编排为形式特征，能够收获巨大社会影响和优质经济效应的特殊的电视节目类型”。^③多年来，央视春晚一直以“特别节目”的面貌出现，其特别之处主要表现在大手笔、大投入、大气魄、大制作等方面。也正因为如此，央视春晚获得了巨大的社会影响力，成为海内外华人的年夜文化大餐。

从电视节目的播出编排来看，辞旧迎新的春晚恰似全年节目播出“时码线”上一个关键“点”，构成了除夕夜的“点状直播”。这种“点状直播”的形成，背后是中国年文化除夕夜“守岁”的传承。零点的新年钟声成为一种电视年俗的标志，也是迎接农历新年特有的文化仪式的“节点”。爆竹声中一岁除，春晚站在中国农历新年的门槛上，以一种特别的形式、特别的制作，在一个特殊时间点通过直播呈现出来，让全世界的华人共时性地跨越了空间的阻隔。

衍生产品：“线状播出”的春晚节目集群

::: 业界资讯 :::

- 业界资讯集萃2013. 12. 2
- 业界资讯集萃2013. 11. 25
- “反论文中介”启事
- 欢迎关注青年记者微信、微博
- 第九届学子论文评选启事
- 青年记者入选全国核心期刊
- 青年记者电子版机构用户增长
- 今参考加快向山东第一刊迈进
- 业界资讯集萃2013. 11. 18
- 业界资讯集萃2013. 11. 11

More..

::: 友媒动态 :::

- “爱上电视”北京台创意大赛
- 浙报采编大楼开工建设
- 威海日报社办网络电视台
- 电视苏军“情感”升级
- 上海文广重组新媒体
- 广州日报报业集团品牌发展
- 辽宁日报传媒集团新址奠基
- 人民日报实行统一版数、统
- 辽宁日报报业集团更名为辽
- 宁夏日报报业集团挂牌成立

More..

::: 学子论文评选 :::

- 第九届学子论文评选启事
- 第八届学子论文获奖名单
- 第八届学子论文评选奖励办
- 第八届学子论文评选启事
- 第七届学子论文评选揭晓
- 第七届学子论文获奖名单
- 第七届学子论文评选奖励办
- 第七届学子论文评选启事
- 第六届新闻学子论文评选揭
- 第五届学子论文评选揭晓

1992年，“我最喜爱的中央电视台春节联欢晚会节目评选”活动启动，观众可以投票选出自己最喜爱的春晚节目，评选结果在元宵节晚会公布。这一围绕春晚的评选活动，在一定程度上增强了电视观众对春晚的参与互动，开启了春晚节目集群发展的新时代。2002年起，央视新闻频道推出除夕特别节目“一年又一年”，从下午4点开始与央视综合频道并机直播，内容涉及年庆风俗、春晚探班、对联征集等，与春晚形成呼应，营造年味浓郁的欢庆氛围。这一档在春晚前后持续直播的特别节目，在客观上起到了为春晚造势的作用，增强了观众的期待感。在编排时间上，向前为春晚直播做好造势的铺垫；在编排空间上，也向外为春晚开拓了播出的渠道和平台。2011年，央视综艺频道也加入了春晚直播的行列，并推出了时长8个小时的春晚预热节目“福到喜到好运到春晚倒计时”，为随后播出的春晚积累了大量的观众。④春晚节目集群的协同效应越发明显。

从节目的编排播出状况来看，春晚的第一个十年基本上是以单一的综艺晚会形式呈现的“点状直播”，之后逐渐发展演变为多个频道、多个节目、多条线索、多个话题交织在一起的“线状播出”，春晚已经成为一个以春晚直播为核心的节目集群。这些节目具有明显的协同效应，经过集中编排播出，聚集发酵，凝聚力量，形成春晚品牌的巨大传播力和社会影响力。

品牌延展：“阶段性播出”的春晚选秀活动

2010年9月，中央电视台一档名为“我要上春晚”的大型综艺互动栏目正式开播，为春晚选拔优秀民间节目。2012年，在各类“好声音”节目火暴全国的背景下，《我要上春晚特别节目——直通春晚》正式启动，向浙江卫视《中国好声音》、东方卫视《声动亚洲》、山东卫视《天籁之声》以及台湾中视、台湾中天娱乐台《超级星光大道》等12家选秀节目的优秀选手发出邀请，重摆擂台展开巅峰对决，争夺2013年春晚的三个演出席位。

“我要上春晚”栏目的开播，不仅丰富了春晚节目集群，也把春晚从“点状直播”和“线状播出”的节目编排，变成了播出时间跨度大约半年的“阶段性播出”。按照笔者曾为“电视活动产品”下的定义：所谓“电视活动产品”，“是以受众参与性社会活动为依托，以电视媒体为主要的发布手段，在活动进程中向观众进行同步展示的数量上形成一定规模的电视文本”。⑤

经过多年发展，央视春晚早已不是一台单独编排播出的综艺晚会，早已经变身为包括晚会直播、新闻直播、综艺直播、晚会录播、选秀节目，表现形式多样、节目类型丰富、多种元素荟萃的“阶段性编排”的电视活动产品，整体来看具有较为明显的层层递进的仪式感（启动、进展、高潮、结尾），并且以受众的高度关注和参与为核心，铸造强大的文化传播力和社会影响力。

嬗变背后：“央视春晚”的经济文化透视

春晚节目集群化的演变，折射出我国经济社会发展对电视传媒的深刻影响。春晚30年的发展轨迹，成为中国电视节目形态发展和理念变革的缩影。

从传媒经济学的角度来看，电视媒介竞争的实质是对观众“注意力”资源的争夺。从1992年开始，央视春晚衍生出的“我最喜爱的中央电视台春节联欢晚会节目评选”活动，实际上是对观众参与互动的一种拓展，反映出春晚品牌意识的自我觉醒。随后，春晚的广告价值大幅攀升，植入式广告也越来越多，这一变化也基本符合我国经济社会发展的大背景和传媒经济的市场规律。但是，广播电视同时具有公益属性。正因为如此，央视2012年

编读网来

- 青年记者2013年10月上评刊
- 青年记者2013年9月下差错
- 青年记者2013年9月上评刊
- 青年记者2013年8月下差错
- 青年记者2013年8月上评刊
- 青年记者2013年7月下差错
- 青年记者2013年7月上评刊
- 青年记者2013年6月下差错
- 青年记者2013年6月上评刊
- 青年记者2013年5月下差错

More..

经营专区

- 山东邮政全力扶持《今参考》
- 《今参考》杂志全力配合邮
- 山东邮政公司充分肯定《今
- 《齐鲁晚报》、《今参考》
- [欢迎订阅《青年记者》](#)
- [欢迎订阅《今参考》](#)

More..

友情链接

- 中国记协网
- 人民网传媒
- 新华网传媒
- 搜狐传媒
- 新闻出版总署
- 网易传媒
- 新浪传媒
- 大众网
- 半岛网
- 鲁中网

More..

春晚直播中，将植入式广告、念电报、零点敲钟等环节的广告一一清除。春晚似乎下决心回归到电视传媒产品的公益属性。然而，好声音类节目“直通春晚”的强势登陆，再次显示出央视春晚在商业性和公益性之间的摇摆不定。

综观春晚30年的发展轨迹，从社会经济角度的视角，我们可以清晰地看到——从特别节目到电视活动产品的嬗变，央视春晚沿着商业属性的方向飞速发展，经过了从最初“博得民众一笑”的公益属性到争取观众“注意力”的商业属性，最终向“让观众满意”的无广告的公益属性回归，在商业性与公益性之间挣扎徘徊。中国电视所面临的公益属性和商业属性的矛盾，在央视春晚的台前幕后交织，在其长达30年的发展历程中此消彼长，相互博弈。

注释：

- ①无忌：《央视春晚的悖论》，《神州》，2011年第3期
- ②③徐舫舟 徐帆：《电视节目类型学》，浙江大学出版社，2006年版
- ④刘牧媛：《中央级频道综艺节目的创新分析》，《收视中国》，2011年9月
- ⑤高红波：《电视活动产品：一种新的节目类型》，郑州大学硕士学位论文，2008年

（作者为北京大学艺术学院与山东省广播电视总台联合培养博士后，河南大学影视艺术研究所副所长）

[来源：青年记者2013年2月中](#)

编辑：解西伟

[【发表评论】](#) [【打印本文】](#) [【收藏本页】](#) [【返回顶部】](#) [【关闭窗口】](#)

讨论区

已有 0 位对此新闻感兴趣的网友发表了看法 [点击查看](#)

我来评两句

请 [登陆](#) 后发表评论。如果您还不是本站会员, [在此注册](#)