

■■■ 21世纪广播影视一体化系列教程

广播电视 一体化教程

徐先贵 刘彤◎编著

中国传媒大学出版社

GUANGBO DIANSHI
YITIHUA JIAOCHENG

广播电视 一体化教程

徐先贵 刘彤◎编著

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

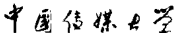
广播电视一体化教程/徐先贵,刘彤编著. —北京:中国传媒大学出版社,2010.6
ISBN 978-7-81127-970-2

I. ①广… II. ①徐… ②刘 III. ①广播节目—制作—高等学校—教材
②电视节目—制作—高等学校—教材
IV. ①G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 115922 号

广播电视一体化教程

编 著 徐先贵 刘 彤
责任编辑 李唯梁
责任印制 曹 辉
封面设计  天字行
出 版 人 蔡 翔

出版发行  中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京市后沙峪印刷厂
开 本 730×988mm 1/16
印 张 22.25
版 次 2011年7月第1版 2011年7月第1次印刷

书 号 978-7-81127-970-2/G·970 定 价 39.00元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

广播影视教育“一体化”模式， 是一种有益的探索(代序)

改革开放以来，人民物质生活水平极大提高，随之而来的是如何满足大众的精神领域需求，广播影视事业的蓬勃发展无疑顺应了这一趋势。但是，随着科学技术的不断进步，尤其是目前全球已经进入了信息化时代，网络、手机等新媒体的兴起，使得传统广播影视倍感压力；同时，越来越多的国外广播影视机构纷纷进军我国，也对本土的广播影视事业带来了冲击。为了应对严峻挑战，广播影视从业人员必须改变传统思维模式来适应不断变化发展的新形势。此外，高等院校影视类理论研究和实践课程一直滞后于行业发展，市场的需要、科技的发展，促使影视传媒教育必须转变思路，转换模式。

要建构起这种模式，我个人觉得，必须了解国内媒体所处的现状以及对人才的要求。

媒体大环境的转变给众多一线操作人员带来了全新的挑战。2009年8月28日，《中国新闻出版报》发布了《中华新闻报》停刊清算公告，此前该报曾多次试图引进战略资本，但都未能如愿。作为首家因经营不善而倒闭的中央级新闻媒体，这一消息无疑对于传媒界来说犹如晴天霹雳。传统媒体的工作人员或许即将面临“被跳槽”到网站、电子杂志等新媒体的境遇，他们原有的技能又明显无法满足新媒体时代的要求，亟待升级、更新。要想培养一名优秀的影视传媒人才，传统意义上的“积累工作经验”是不够的，教育工作者还要对在校学生进行“深加工”。这就需要在平时尽量让他们多参与活动策划、社会实践，多进行拍摄和编导实际操作，融入不同的工作环境，接触不同的行业，从而积累自身的职业经验。

从事媒体管理的人都知道：人才转型是一个艰难的过程。尽管我们已经培养了大量的媒体工作者，但在新媒体、全媒体时代，一切都要从头开始。例如电子杂志，对记者的要求明显高于传统杂志，特别是技术含量、知识含量。以前记者参加一个产品发布会，写一篇文章就够了。而现在，记者在采访前首先要写一篇关于“某公司将要发布一个新产品”的新闻在网站公布；然后，记者参加新闻发布会，掌握了新闻材料和现场情况，再通过网站在网民中调查：这款新产品哪些功能是新的、哪些是旧的？功能表现怎么样？最后把网友的代表性意见在杂志中汇总，发表评论文章，有时还要链接某项社会调查和策划。

我们已经认识到这种社会转型的存在，也意识到课堂转型的必要性和紧迫性。因此，我们必须培养学生多角度的、动态的采编能力：他们不但要具备传统媒体工作者的策划能力，而且要把握新媒体受众的心理，用最合适的形式展示信息；既要学会运用网页的版式、色块、标题，提高点击率，又要善于用最精炼的语言，发布最有冲击力的信息；既要具备传统的语言概括能力，又要掌握运用3D、视频、音频呈现信息的新技术。

为了培养适应新媒体时代，特别是全媒体时代要求的媒体人才，满足市场对人才动态变化的需求，作为一所新建的独立艺术学院，成都理工大学广播影视学院逐步改变传统的教学模式，面向市场办学，加强实践环节，极大地锻炼了广大学生的实践能力。特别是编导与戏剧影视文学系更是在学院的大力支持和精心扶持下，在各教学组织中脱颖而出，逐渐形成与广播影视事业鱼水相依的教学特色，提出了“一体化”的人才培养模式，即：“采、编、播、摄、录、演、服、化、导、音、美、照”全方位培养。“一体化”的培养模式应具备“一体化”的实践性课程体系和教学目标，具体体现在多层次、多规格、多样化、开放式的教学特色，全面培养学生掌握“镜头+笔头+口头+手头”的“四种能力”，逐步探寻出一条以市场动态为导向，不断激活传统课堂的静态模式，同时注重新型师资力量的培育和毕业论文设计的改革，适应了数字技术和网络时代发展对于影视传媒人才培养的需要，促进了教学质量的提高。

由成都理工大学广播影视学院编导与戏剧影视文学系组织编写的这套“广播影视一体化系列教程”，可以说是基于时代的需要，融会贯通了这种

“一体化”的人才培养模式,试图通过研究广播影视在新媒体和全媒体时代的发展,探寻市场动态,丰富我们的教学培养模式和育人方式。

其一,以大传播的理念、全媒体的视野,植根广播影视,面向传媒界。这是“一体化”人才培养模式的应有之义,也是该丛书的首要特点。该丛书为广播、电视、电影、报刊、网络、出版及新媒体竭诚服务,在成都理工大学广播影视学院马洪奎院长提出的办学方针,即“在学生掌握专业理论知识的同时,突出实践能力的培养,努力做到在校学习专业能力与将来岗位工作能力‘零距离’接近”的基础上,提炼出鲜明的特色和优势。该丛书一方面力争将自己的研究对象置于理论层面上加以审视,从传统文化传承中寻求对特定问题的解释,并以此观照中国广播影视的发展;另一方面,又十分注重用市场的需求来反观影视人才培养的历史、现状和未来。在大量的实际操作和宽阔的实习平台中,构建一个开放的、动态的、科学的、零距离接近的育人模式,这是“一体化”培养模式的内涵。

其二,培养时代需要的新型的复合型人才,既是“一体化”人才培养模式的目标,也是该丛书的立足点。很多高校都提出过培养复合型人才的目标,但多数对复合型人才的界定,仅仅体现在动手能力的多元化和技术运用的多元化方面。在新媒体和全媒体时代的今天,我们需要在直面传媒市场的基础上,实施“产学研,实践第一”的人才培养方式,对复合型人才进行重新界定。北京影视艺术家协会理事、北京华谊兄弟影业投资公司董事长王中军认为,当前影视传媒行业的现状,最缺的不是演员而是管理人才和制片人,制片人可以是综合整个影视公司的管理人才。他说:“制片人担起了关键角色,从对电影规模的把握到选择导演,选择演员,都是制片人的任务。如冯小刚导演不光是个导演,也是制片人,从选题材、抓剧本,到最后怎么拍、怎么卖,全权负责。”如何培养具有管理素质和市场运作能力的媒体人才,一直是我们探寻的问题。目前,我国高校影视传媒类专业非常多,但是在传媒管理人才和市场运作能力培养方面却比较弱。国内总共有5000多家媒体,从业人员近百万,而实际上真正懂得媒体经营管理的人不到1%,传媒企业的管理人员大多数来自于业务岗位。国家广播电影电视总局发展与研究中心研究员李岚介绍说:“激烈的市场竞争使很多的传媒机构不得不

通过猎头公司来引进传媒业之外的高级管理人才,这些人才又存在转型过程,不熟悉传媒运作特性。作为传媒经营管理人才,首先他应当熟悉中国传媒经营业务的国情,要懂得运用经营管理和传媒知识,一定要是一个职业经营管理者。传媒高级管理人才,还必须有一定的媒体经营才能并熟悉资本市场。具体而言,这些人应该有三种能力:一是要把握体制政策;二是熟悉传媒业务;三是要懂得企业经营管理方面的知识。”因此,影视传媒高校真正要培养的人才既是懂业务又懂政治和资本市场运作的新型的复合型人才。此外,川籍著名导演毛卫宁也曾经多次说过培养新型的影视人才,首先是培养学生的一种“观念”。本丛书作者就是期望能够从日常的教学过程中去努力探索一条道路,即从仅仅培养业务上的人才向具备以上三种能力的新型的复合型人才过渡,这正是“一体化”人才培养模式的最终目标。

其三,丛书的作者来自两个方面:一是具有较深学养的院校专业教师和研究人員;二是具有丰富实践经验的一线工作人员。其构成不仅仅说明了“一体化”人才培养模式理论和实践的紧密结合,理论为实践服务,重视突出实践,同时也为该丛书的可读性提供了保证。该丛书既可以作为各大院校相关专业的教材,也可以成为从业人员的进修读物。

当然,影视类人才培养的模式还在不断向前发展,丛书难免存在种种不足。但我相信,这只是一个开始,同时,也希望能有更多的年轻同志投入这项工作,因为,新媒体和全媒体时代更多是属于你们的!今时今日,或许我们还无法看清新媒体时代特别是全媒体时代的庐山真面目,但是,这肯定应该成为我们影视传媒教育努力和思考的方向!我们愿意将这种“一体化”的人才培养理念奉献给读者,抛砖引玉。

是为序。

陈祖继

2010年10月1日

(陈祖继教授系中国作家协会、中国电视艺术家协会、中国戏剧家协会会员,四川省新闻教育学会副会长,成都理工大学广播影视学院副院长)

自序

高校的本专科学生经过三四年系统的理论学习之后,都将走向社会,踏上新的工作岗位,开始新的人生旅程。然而,当我们浏览五花八门、林林总总的招聘信息时,却让人感到困惑:无论是什么职业,还是什么工作岗位,小到餐厅服务员,大到科研技术岗位,乃至各种传媒单位、广播电视系统,不管是姓“公”的单位,还是姓“私”的企业,无一例外,在聘用的条款中,均有一条“有工作经验者优先”。“有工作经验”?试想,莘莘学子在校寒窗苦读,工作经验从何而来?无工作经验在市场竞争中首先就输掉一分,“工作经验”成了在校大学生们择业的一个死结。

所谓“工作经验”,就是实际工作能力。那么,能否在校期间就把我们的学生培养成既有系统理论知识,又有相应的实际工作经验,品学兼优的合格大学生呢?答案是肯定的。

为了解开这个死结,成都理工大学广播影视学院确立了“学院既是理论教学的课堂,又是学生实践的基地”,即在校课堂教学与课外实践、课堂教学与社会实践、课堂教学与市场经济的结合,从而实现在校专业教学与社会就业“零距离的接触”的办学理念,率先在西部同类学院中开设了“影视编导一体化教学”。

“影视编导一体化教学”是成都理工大学广播影视学院开设的一门具有探索和实验性的专业课程,是编导专业、戏文专业、导演专业的一门综合性的必修课。其目的是帮助“编导与戏文”专业的学生们基本掌握演播厅内现场制作的创作流程,学会现场指

挥与调度,学会立体思维与空间分割,培养学生们的电视节目创意理念、策划和制作能力。因此,一体化教学是一项实践性非常强的教学活动,是一门检验学生综合能力,全面提升教学水平专业课程。该课程教会学生们利用现有的演播系统,完全按照国家级电视台的制作标准,自编、自导、自演、自拍及后期自己独立合成各种类型的电视节目。通过“五自”教学,在教学过程中不仅要求学生掌握自己所学的专业,还要求学生对相关专业的有所涉猎和熟悉,诸如服装、化妆、道具、灯光、美术、表演艺术、播音主持艺术等。只有这样,我们培养的学生才能成为一个“采、编、播、摄、录、演”名副其实的通才。

开设一体化教学就是要让学生在在校期间即取得一定的工作经验,踏入社会就能独当一面,让学生们在未来的竞争中增加一分能力,增添一分自信。

一体化教学开设以来,受到社会各界的关注,受到学生们的普遍欢迎,迫切需要将其系统化、标准化、学术化。“他山之石,可以攻玉”,本教材参考了国内外大量的影视教材,并结合了我们自己的实践经验和教学体会,综合成册,抛砖引玉,是以为序。

徐先贵

2007年8月20日于成都

目 录

contents

自 序 /1

第一章 电视谈话节目

- 第一节 电视谈话节目的基本类型 /5
- 第二节 电视谈话节目的制作方式 /21
- 第三节 广播新闻谈话节目 /28
- 第四节 电视谈话栏目选介 /35

第二章 文娱节目

- 第一节 闲暇与娱乐 /51
- 第二节 娱乐文化 /55
- 第三节 生产快乐 /58
- 第四节 娱乐节目主持人 /74

第三章 电视综艺晚会

- 第一节 综艺晚会节目的结构 /92
- 第二节 综艺晚会创作中电视编导的职责 /105
- 第三节 电视综艺晚会的编导技巧 /110

第四章 音乐电视的创作

- 第一节 音乐电视概述 /119
- 第二节 音乐电视创作 /123

第五章 电视诗歌与散文

- 第一节 电视散文 /131
- 第二节 电视诗歌 /143
- 第三节 包装与特技 /153

第六章 电视内景照明

- 第一节 电视内景照明的特点 /157
- 第二节 人工光线的认识 /159
- 第三节 人工光线的成分 /161
- 第四节 人工光线的造型 /168
- 第五节 大型文艺晚会照明 /197

第七章 演播室电视导演与表演艺术

- 第一节 演播室电视导演与表演艺术概说 /205
- 第二节 演播室单人障碍小品 /211

- 第三节 规定情境 /225
- 第四节 演播室内双人小品与多人小品 /230
- 第五节 室内剧表演的特性 /237
- 第六节 电视导演的演员工作 /257

第八章 导播

- 第一节 导播概说 /278
- 第二节 不同类型节目的导播 /286
- 第三节 现场制作中导播要注意的问题 /294

附 录 /299

参考文献 /344

后 记 /345

电视谈话节目

第一章

第一节 电视谈话节目的基本类型

第二节 电视谈话节目的制作方式

第三节 广播新闻谈话节目

第四节 电视谈话栏目选介



在电视诞生之初,人们仅仅在电视机前获取其中的信息。时至今日,我们除了从电视中获取信息,倾听电视的“言说”,还可以在电视中展现“我们在说”。从“你说我听”到“你说我也说”再到“你听我在说”,这对于电视传播而言,毋庸置疑,是相当大的质的飞跃。电视的“言说”,告诉我们身外的世界,信息无远弗及,世界正变成一个“地球村”,分布在不同角落的人们彼此参照,相互借鉴,交流思想,体验分享着他人的经历。正如马歇尔·麦克卢汉所说“媒介是人的延伸”,电视的“言说”不仅在告诉我们身外的世界,延伸和拓展我们生存和发展的空间,也在影响甚至改变着我们看待世界的方式。电视作为人类社会中最重要传播介质,这个神奇的“声画小盒子”传递着人类流动的声音和影像,构建了一个可供大众话语交流的“公共空间”。电视,实现并成就了人际交流,私人话语空间向大众话语、公共话语空间渗透、转换。电视谈话节目为广大电视观众提供了在电视上说话的机会,更重要的是,它还原了电视人际交流的意义,一种本原的说话意识从中将以彰显。

电视谈话节目是现代电视独有的一种节目样式,因其满足了人们的好奇心、求知欲、生存欲,乃至窥视欲而兴盛,如今已成为众多电视节目中的一种不可或缺的主打品种。正如美国学者吉妮·格拉汉姆·斯克特在她的专著《脱口秀——广播电视谈话节目的威力和影响》中所说:“电视谈话节目已经成为影响我们思想和行为方式的一种新权威。它们像是城镇议事厅或社会集会场所,在这个日益数字化和原子化的地球村中,把我们集合在一起。我们可能不认识隔壁的邻居,我们也可能根本不想认识他们,我们也许害怕街上的陌生人,怕他们是潜在的罪犯。但广播和电视中的谈话节目却是受欢迎的家人,它们能够帮助我们知道这个越来越危险,越来越难以沟通的世界上发生了什么事情,应该怎样行事。”这段话充分说明了谈话节目在当代电视媒体中的地位与作用,同时也被我国电视节目的发展所证实。

谈话节目近几年走红中国屏幕是一个毋庸置疑的事实,据不完全统计,中国的电视谈话节目已经达到了200多个。然而,中国的传统文化向来不鼓励自由奔放的意见表达,具体到现代电视传播事业当中便表现为:在媒体性质和功能上突出强

调“喉舌”意识和“阵地”意识,在传播内容上突出强调“一个声音”,在传播方式上往往局限于单向宣传。1992年,邓小平同志南行讲话后,举国上下掀起新一轮改革开放的热潮。1992年7月,四川电视台率先推出文化类栏目《文化多棱镜》。1993年5月,中央电视台推出中国第一档早间新闻节目《东方时空》。四川电视台《文化多棱镜》、央视《东方时空》等众多栏目的开办,意味着电视媒体开始由阵地变为平台,开始走下高地走向百姓,开始由俯视变成平视,开始更多地把镜头对准平民、把话筒伸向百姓,让平民百姓的身影和声音越来越多地出现在从前高不可攀的电视荧屏中。中国社会的变迁带来信息观念和收视观念的巨大变革,这为谈话节目的兴起提供了契机,这种节目样式自身的特点也决定了它将担负起独特的话语功能。

谈话类节目有其独有的传播特性:第一,直接的人际互动。谈话是人们相互交流最有力的方式,它能调动人的整体感知,人们能在其中获得超越于语言之上的亲密感觉,是最为人性化的交往方式之一。第二,电视谈话节目是完整的现场传播,电视谈话节目能保留谈话的完整性和动态性。第三,电视谈话节目能够促使嘉宾个性的自然流露,电视谈话节目为传播者和接收者个性的自然流露提供了良好的环境。第四,动态的情感碰撞,人的谈话具有动态性和偶发性,电视谈话节目以现场的特定空间最大限度地刺激了人的交往欲望,人的智慧、情感都会在语言中展现,谈话节目中大家感兴趣的话题和主持人的适当引导,引发了现场嘉宾及现场观众的临场对答,加速了谈话中动态的情感碰撞。

电视谈话节目看似简单,实则繁复。

所谓简单,是指录制而言。其一,场景少,成本低,大都在演播现场完成;其二,对录制条件的要求相对不高;其三,场面调度比较单一。早在1992年四川电视台开办的《文化多棱镜》栏目中就特意设置了一个谈话类板块《谈天说地》,其初衷就是想达到投入小、见效快的目的。

所谓繁复,是指看似简单的谈话节目,同样需要好的策划、好的选题、好的编导、好的主持、好的嘉宾,这些都是做好谈话节目的先决条件。要记住:任何一类节目,它都不可能是“全民的”。“全民”只是一种奢望,无论节目收视率有多高,它的观众只是“全民”中的一部分,或者某一个层面。因此,我们在进行节目策划时,首先应该定位准确,考虑到节目的受众群,换句话说就是节目是做给谁看的,是普通老百姓中的市民、农民、工人,还是知识分子、企业家、商人、文化人、军人、大学生、青年人、老人、妇女等。只有了解和确定了节目的受众面,才可能确保节目的基本

受众,进而影响其他人群。

第一节 电视谈话节目的基本类型

一、电视谈话节目的特征

“谈话节目”(Talk Show),其英文原指美国广播电视中一种以谈话为主的节目形式,由主持人、嘉宾和观众在谈话现场一起谈论各种社会、政治、情感、生活类的话题,一般不事先备稿,脱口而出,因而被港台的翻译家们形象地译作“脱口秀”。在美国,谈话节目成为一股潮流并对社会产生了重大影响,如今它已经成为国内外电视媒体中一种重要的节目形态。

人们在谈话中倾听不同的声音,调适自己的经验世界,调整自我“在场”的姿态,重建自我外部世界的感觉。谈话不仅是语言馈赠、思想碰撞、感觉交换,同时也包含了人类生存方式的相互参照。不同样态的生命个体,在敞开自我、走进他人的对话中,相互追问,相互聆听,共同寻找生命的意义,体现最高层次的生命关怀。

电视谈话节目,是把人们的谈话搬到电视这个大众媒介上,借助人际传播来实现大众传播的一种传播方式,它是一种一般由主持人、嘉宾和(或)现场观众就一个主题进行讨论或辩论的电视节目形式。

电视谈话节目不是人们私下谈论的完全照搬。首先,电视谈话节目有一定的时间限制,一般是半小时至一小时,而一般的谈话有话则长,无话则短;其次,每次电视谈话节目一般有一个主题,参与者都要围绕这个主题展开谈话,陈述事实或表达自己的见解,电视谈话节目常常有主持人把握谈话的进展,私下的谈话则一般随心所欲一些,没有一定的谈话轨道;第三,电视谈话节目与一般的电视节目也有所不同,不是任何一种含有谈话成分在内的电视节目都可称为电视谈话节目,而只有那些以谈话为主要形式的电视节目才称得上是电视谈话节目,它应该是一场谈话表演,人们在对话中达到信息交换和思想碰撞的目的。

作为一种新兴的节目样式,我国电视谈话节目逐渐形成一些特色,主要有三个方面。