

电视是立体的，它以多种手段来反映社会各
层面，电视人的才能须立体化，方可胜任大信息
量传播。

侃电视

电视传媒系列话题

Television



曾海燕 著

中国广播电视出版社

侃电视

——电视传媒系列话题

曾海燕 著

中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

侃电视：电视传媒系列话题/曾海燕著 .—北京：中国广播电视出版社，2004.10

ISBN 7-5043-4373-0

I. 侃... II. 曾... III. 电视工作—研究
IV. G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 100830 号

侃电视——电视传媒系列话题

作 者：	曾海燕
责任编辑：	晓 何
封面设计：	袁秀龙
责任校对：	张莲芳
监 印：	陈晓华
出版发行：	中国广播电视出版社
电 话：	86093580 86093583
社 址：	北京市西城区真武庙二条 9 号（邮政编码 100045）
经 销：	全国各地新华书店
印 刷：	北京海淀安华印刷厂
装 订：	涿州市西何各庄新华装订厂
开 本：	880 毫米×1230 毫米 1/32
字 数：	260（千）字
印 张：	10.875
版 次：	2004 年 10 月第 1 版 2004 年 10 月第 1 次印刷
印 数：	3000 册
书 号：	ISBN 7-5043-4373-0/G·1706
定 价：	26.00 元

（版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换）

写在第一现场的理论 (代序)

——曾海燕新作《侃电视》读后

中国人民大学新闻学院 喻国明

提到理论研究者，人们的脑海中往往会浮现出“穷经皓首”、“孤灯苦读”、“板凳要坐十年冷”之类的情景，而有成就的作者也一定如唐代韩愈所言的那种“口不绝吟于六艺之文，手不停披于百家之编”之士。然而，社会实际常常要比人们的想象更为丰富和独特。当我拿到曾海燕的新作《侃电视》时，我的第一反应是，这算是一部理论性的专著吗？

的确，如果按照传统的观点，这本书确实不符合理论专著的一般“样式”——它的主要内容大多是曾海燕在担任杭州电视台编导工作以后断断续续记录下来的心得、感想和思考。但是，正是这来自实践第一现场的电视操作札记式的不矫饰、不做作的原汁原味，对于中国电视业的业态发展轨迹作出了近乎人类学方法的“原生态”式的勾勒，为任何一位对于中国电视业态发展有兴趣的观察者、研究者提供了一个不可多得的全真摹本。

亚伯拉罕·林肯曾经说过一句很深刻的话：“每个40岁朝外的人，都应该对自己的面孔负责。”他的意思是说，当一个人未成年时，人们更多的看到的是他的生理面孔，这副面孔的美丑主要应由他的父母负责；但是当一个人成年以后，人们更多地看到的是他的社会面孔，而这副面孔的美丑则主要地应该由他自己来负责。中国有句俗语叫做“不识其人先观其友”，意思是说“物以类聚，人以群分”，通过一个人交什么样的朋友就可以大致判断他的旨趣和为人。如果按照这样一个逻辑，

我们不妨说，要认识一个传媒人、研究者的深刻与浅薄、扎实与肤浅、高尚与猥琐等等，也有一个简单直观的办法，就是阅读其文。因为对于一个传媒人、研究者而言，自己笔下的文章、文字和著作就是自己社会面孔的真实展示。

我和海燕同志至今并未谋面，然而当我读到她的新著时，《侃电视》这个书名听起来便觉得颇有些豪爽之气且给人以从容豁达的感觉。而其书稿满篇都充溢着作者对电视工作的一往情深。这就是该书留给我深刻的印象。

本书的第一话题是“立体的电视编导艺术”。我们关注电视许多年，还未曾见谁用“六大程序”来叙说，并且说得那么清楚和形象。开篇是“采访”，提出采访是立体的，作者给我们展示“电视一开始就是信息的捕捉”，让我们搞传媒的有了亲切感。抓第一手资料往往就是通过采访，作者特别强调了拍专题片事先的采访，信息收集，包括对事件、人物资料的研究和熟悉。她指出不同于一般采访的是电视要有画面思维，采访的时候要注意采摄可入的画面有哪些，现场声能估计出效果如何等等。接着谈“工作稿”的制作，工作稿又有许多的类型，据说目前电视界认真做工作稿的人也不多，可我们通过作者的体验阐述，拍摄前的工作稿可以大大地增加信息量并且对画面的捕捉提供了依据，有了拍摄前的工作稿，拍起来肯定比“听说了什么就走去拍的信息量大得多”。

作者对画面的阐述让我们看了有身临其境的感觉，电视画面有哪些元素，电视画面是怎样形成的？新闻的、专题的构图、文字和现场声等等，我们很少仔细去想，可做电视的人就必须明白。紧接着说到拍摄方面。在现场编导与摄像的合作存在“感应”，这点真是太好了，许多编导事先不做“拍摄提纲”，到了现场指挥无序很让摄像恼火，双方必须默契才可成功合作。这一章节叙说有较好的现实意义。

作者是文学编辑出身的编导，对电视文学编辑她提出“画龙点睛是这一程序的‘龙眼’”。她强调这一程序通过“发现、

交融、提炼”来实现“点睛”，使人有耳目一新之感。谈到第六程序为最后的合成是站在全局的角度统领的，用了“三穷”、“三活”、“三机”来概说，的确叫人受益，于是便兴致勃勃地翻阅下去。

第二话题“立体的电视节目主持”。这一章节的论说，叫人相信作者对于编导主持有深切的体验。她将“主持”这个概念进一步深化了。最重要的是打破了人们习惯中理解的出镜主持人才是主持，而幕后英雄们另当别论。作者的用意很明显，她借用人们对“主持人”的兴致来研究电视、推广电视，引申出幕后的主持（主体人员）以及幕后主持走向镜前主持的理想境界。随着传媒业发展，进入电视界的高素质人才增多，编导主持、策划主持、制片主持会愈来愈不算新鲜事物，这或许是一个电视实践的未来趋势。

在这一话题里作者以高远的视界探讨“趋势电视”、“电视走向”，谈我们如何使自己强大起来，多才多艺起来，谈怎样挑重担，怎样大信息量传媒。一个电视制片人就是一个主持人，他不仅只会说话，只会“侃大山”，他应当是一个传媒高手。他懂得电视制作的全过程且拥有丰富的信息并能够驾驭它。有了无数个这样的高手，电视节目才可能出特色、出特产、出轰动效应；因为无论人和事均以个性为生，雷同而灭绝也。前不久，涌现了不少有个性的新闻节目主持人，但因为管理机制不够科学，他们的才能施展也还不够立体，很快就被模仿所替代。“立体的节目主持”是在电视实现全面专业化管理的前提下，多才多艺的人得以发挥方可形成的一种高素质队伍品性。作者没有强调“机制如何改革”，显然她是用了“顺势而作”的前瞻性，让职业电视人看到事业的前景极其可观，引导人们进入科学化的自然规律的思维。作者还具体地分析了观众对主持的要求，提出了主持人的培养等比较专业和比较合理的标准。

《立体的电视节目主持》实际上阐述了一个前瞻性的电视

管理体系，它里面的每个章节都叙说了每个具体分工的要领，你如果相信自己是个行家里手的话，你就完全可以用实践去逐步丰富它、实现它。有好些搞传媒的同行议论起电视，对节目主持的理想要求就有那么一点该书里的“设计”印象，只是人们没有把它们形成文字，更很少去著述立说。

曾海燕在第三话题里，着实让读者轻松了一把，她像是说“前面谈得太专业，中间插上一段趣味广告”吧，于是开始了纵观电视二十年发展历程，将“市场”的概念早早地回归到自办节目初级阶段。她生动地叙说了广告如何与节目互动互生，相辅相成。看得出她是个有心人，居然将许多年前的城市台广告联播“商家”一家不落地记了下来。后来才知道是因为当时的一把“纪念纸扇”上记着这件事。

作者在该话题里提出一个重要观点，即“电视是可动艺术”。这个观点非常具有煽动性，它催促人们去学习电视，关注这一职业。迎合了现代人急于求成的心理，同时又乐观指出“只要动起来就有成功的希望”。当然，作者是有根据这样说的。因为在普通外行人或者电视界相当一部分人就认为“电视很简单，谁进了电视台都可以做”。事实上，电视的发展已经不允许电视人只有会操几个“开关、按键”的本领，节目的“特色传递”出不来，整个频道、整个台、甚至整个集团就会产生危机。“可动艺术”看上去简单，实际上大有学问。动，怎样动？名堂可谓多得很。顺着作者的话题，我们在发现她的理性思维的同时感受到了她曾经经历的“现场”、“走过的地方”、“采访过的人物”、“在现场的吆喝”、“即兴的述说”等等。

第四话题“时尚的传媒体验”把我们带入了电视人的“传媒生涯”。它的确是亲身经历的写照，诸如“采访的招数”、“编导的绝活”、“在惯性思维中崛起”、“新式新闻正在形成”。这显然就像是记录实践、记录真实将无数饱含真情的体验用文字演绎出来罢了。说它是时尚的，不过应了“与时俱进”的现代思维！

从采访的招数看，媒体同仁会觉得有点声色相投又可相机而动，似曾相识又别有会心。好像开了一个联谊会，各位在讲述每每得意的“绝后空前”。这一章最值得提起的是“新式新闻的研究”。我们观众从电视上已经看到各种出新的新闻形式均为了吸引受众的眼球，不改换风味，观众就要换频道，这就是市场。信息市场的挑战逼迫传媒者绞尽脑汁，获胜者往往是顺势而作的实力雄厚的传媒高手。为什么呢？现代社会的信息交流、传播已经不是某个政府政令可以掌控的趋势，它随着数字技术的发展成为了全社会各阶层、各单位、各人的自由参与性质。谁都可以发短信、发传真、发“伊妹儿”。我们电视媒体只有运用立体多侧面的手段来实现新式新闻的强势传播，才能代表民心，影响民心鼓舞士气，唤起民众实现伟大民族复兴的热情。“时尚引导人们思索”，传媒者是第一个反映时尚的人，也是首当其冲传播时效信息的人。怎样做才是最佳途径、最佳方式呢？我们只能从传播专业的实力强化的角度来思考。最后该话题议论到电视的时效性、通俗性和社会化传播，举例阐述生动有趣，让人觉得很有说服力。

读完《侃电视》，我对一个实践在第一现场的电视工作者所具有的专业驾驭能力和她理论与实践结合得如此自然顺畅而感佩。从书中我们看得出作者的勤奋、她的才华和她对于电视事业的挚爱。我必须说，曾海燕这本基于实践第一现场的《侃电视》是一部非常值得一读的好书，是一部对于理解中国电视业发展具有独特价值的佳作。

2004年10月

目 录

写在第一现场的理论（代序）	1
第一话题 立体的电视编导艺术	1
多侧面地捕捉信息（第一程序）	3
一、立体的采访	3
二、新闻类节目的采访	5
三、综艺类节目的采访	6
工作稿来一个丰富的极致（第二程序）	9
一、工作稿是制作的依据	9
二、多种类型的信息稿	12
三、工作稿是节目制作的专业程序	14
我们的画面叫什么（第三程序）	17
一、电视人被什么感动	18
二、实现画面的文学构思	19
三、艺术 + 科技 = 画面文学	21
“摄”的心意表达存在感应（第四程序）	26
一、摄像心里的流程	26
二、多种类型的摄像师	28
三、编导和摄像之间的“感应”	30
文学编辑程序的“发现、交融、提炼”（第五程序）	33
一、何为编导的画面灵感	33

二、“发现”是编导的一种才能	35
三、“交融”和“提炼”是美妙的	37
最后的叙说 娓娓道来（第六程序）	40
一、三“穷”（穷源竟委、穷源溯流、穷则思变）	40
二、三“活”（鲜活、灵活、生活）	42
三、三“机”（机不旋踵、机变如神、机深智远）	44
第二话题 立体的电视节目主持	47
电视的立体决定了主持的特性	49
一、何为主持人	49
二、主持在节目中的作用	52
三、节目主持的操作特点	54
节目主持的特殊才能	59
一、新闻类要求瞬间准确地捕捉	59
二、专题类要求充沛且层次分明的传递	62
三、综艺类要求多彩而独具个性的张扬	66
主持人的与时俱进	70
一、主持人运作的目的	70
二、主持人的运作对象	73
三、主持人运作的效果	76
节目形象塑造的立体	80
一、构思的开拓精神	80
二、构思的机智	84

三、实现构思	87
节目主持人的培养	91
一、生理、心理的训练	91
二、文化素质的训练	95
三、专业技能的培训	98
观众眼里的主持人	102
一、普通观众的欣赏	102
二、特殊收视群的欣赏	105
三、电视分类传播的主持趋势	109
第三话题 电视艺术市场运作的探索	113
自有广告播出以来的叙说	115
一、电视是一门现代科技艺术	115
二、电视是一门信息运作艺术	116
三、电视是一门可动艺术	118
广告滚动的潜能铺垫	121
一、屏幕前的花团锦簇	121
二、信息编入品类的框架	123
三、节目与广告缓动着前行	124
市场运作的灿烂前景	127
一、三条美丽的彩虹	127
二、信息、媒体、产业畅想曲	129
三、我们从最可动的一刻开始	131

第四话题 时尚的电视传媒体验	135
新式新闻正在形成	137
一、现代人的接受方式	137
二、时尚导引人们思索	139
三、立体的制作昭示智慧	143
传媒的英雄时代即将来临	146
一、你用多少“招数”采编	146
二、编导最起码的“能耐”	149
三、自我“重用”可能吗?	153
在惯性思维中的崛起	156
一、发现周围的新奇	156
二、反向思维很有潜力	159
三、找一找比自己更强的	162
开拓自我的“老板思维”	166
一、自己挑重担怎样	166
二、潜力在“过去的积累”	168
三、一笔无形资产的投入	172
制作中发现电视的特殊性	178
一、艺术的大信息量传播引起的思考——时效性	178
二、视听信息传递的沟通——通俗性	182
电视的博大在于它的时代社会化传媒	188
一、它不仅是新闻传媒	188

二、它真切地面向收视群	191
第五话题 影视作品感染力初探	197
影视剧感染力初探	199
概述：影视作品欣赏的大众审美	199
影视剧感染力初探（一）	204
从《还珠格格》对比手法的运用谈起	204
《黑洞》与《大腕》比较，怎样	208
《远山的呼唤》给你的觉察	213
《狮子王》的镜头运用和结构分析	218
《花木兰》动画片的现代意识	220
从《八月照相馆》里看到的	222
电影《东京日和》的情调美	223
影视剧感染力初探（二）	225
《罗马假日》浪漫的夸张手法	226
《罗马假日》的人物形象欣赏	227
《乱世佳人》给人最深的印象	228
对《乱世佳人》艺术手法的理解	230
《走出非洲》留给人的印象	231
《走出非洲》人物刻画细节	233
《勇敢的心》震撼人的情节	238
《勇敢的心》动感流畅的表现手法	240
《泰坦尼克号》中令人回味的片断	242

《泰坦尼克号》艺术特色欣赏	243
第六话题 影视资料运用的潜力探索	247
影视资料运用的潜力探索	249
概述：影视资料的运用须宏观把握	249
影视娱乐节目制作初探（一）	260
影视娱乐节目制作的初探（二）	271
影视作品的画面文学故事欣赏	283
概说：快速地获取、优惠的休闲	283
《罗马假日》画面文学故事欣赏	286
《乱世佳人》画面文学故事欣赏	288
《走出非洲》画面文学故事欣赏	295
《狮子王》画面文学故事欣赏	306
《勇敢的心》画面文学故事欣赏	307
《泰坦尼克号》画面文学故事欣赏	314
附 录	323
专家审读意见摘录	323
我所知道的曾海燕	324
后 记	331

第一话题

立体的电视编导艺术



多侧面地捕捉信息（第一程序）

- 立体的采访
- 新闻类节目的采访
- 综艺类节目的采访

一、立体的采访

首先，我们的采访是立体的。你若去采访一个专家，这个专家是干什么的，他的专业、他的基本情况，他会在什么地方和你见面；你做好提问的准备没有？你事先是否阅读了他的资料？了解他专业的有关情况吗？在采访过程中，你能否在与他交谈中发现可询问的要点；他满足你，你又能否提出进一步的问题；他应答之后，你是不是还可多侧面地挖掘一下。你能不能在15分钟的采访时间里让专家感觉你也有点水平，不是对他一无所知的人，不是一般水平的记者。他开始重视你的提问，你才可能有“戏”。因为初次见面的人，不可能也没必要“不把自己当外人”。功夫就在短时间内你成功地让他对你的到来产生兴趣。许多人非常注意外表的装饰。虽然外在美也很有意义但吸引人注意力的往往是个性气质。因为世界很丰富，人群里很多彩，青春亮丽无处不有，博学多才才是稀罕的。奇妙的是博学多才往往体现出来的是沉静、稳重、斯文、礼貌、大气；是开朗、大方、温和、雅致、分寸、风度等等。如果专家不但重视你的提问，而且他想表现他更加非凡的一面，于是就会滔滔不绝地说出他思考了几十年的“精华”。甚至在第一次采访就提供给你许多有价值的材料。

说到采访，我们同仁中各有感慨，各有自己的绝招。我回