

国家广播电影电视总局规划专业教材

21世纪广播电视职业教育丛书

电视文字语言写作

DIANSHI WENZI YUYAN XIEZUO

主编 何日丹
副主编 黄若青

中国广播电视出版社

国家广播电影
电 视 总 局 规划专业教材

电视

文字语言写作

主 编
何 日 丹
副主编
黄 若 青

中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电视文字语言写作/何日丹主编. —北京: 中国广播电视出版社, 2001. 5

ISBN 7-5043-3687-4

I. 电… II. 何… III. 电视节目-写作
IV. G222.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 18418 号

电视文字语言写作

主 编:	何日丹
责任编辑:	王本玉
封面设计:	张一山
责任校对:	谭 霞
监 印:	戴存善
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	66093580 66093583
社 址:	北京复外大街 2 号 (邮政编码 100866)
经 销:	全国各地新华书店
印 刷:	河北省高碑店市鑫昊印刷有限责任公司
开 本:	850×1168 毫米 1/32
字 数:	270 (千) 字
印 张:	12.5
版 次:	2001 年 5 月第 1 版 2001 年 5 月第 1 次印刷
印 数:	5000 册
书 号:	ISBN 7-5043-3687-4/G·1437
定 价:	22.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

《电视节目制作》系列教材编委会

主 编 刘爱清

副主编 周南森

编 委 李绍新 丘敬平 沈兵虎
覃路宇 岑祥盛 王诗文
马英杰 高虎崧 杨金明
阿布都外力

序

电视是当今社会最有影响的传媒，是人们获取信息、知识的主要渠道，得到娱乐、美感的重要手段。随着人们审美水平的提高和对精神文化需求的发展，对电视节目的数量、品种、质量、品位的要求越来越高。为适应广大观众这种日益增长的需求，全国所有省级电视台都把一套好的节目送上了卫星，栏目改版创名牌、节目更新出精品，已成为各家电视台改革追求的目标之一。节目制作社会化的比重将逐步提高并成为巨大的产业。节目制作从业人员队伍也将随之不断壮大。节目制作从业人员应是经过专门训练的专业人才，其中，大专和中专层次的职业技术人才应占较大的比重。为了加快节目制作人才的培养速度，广播电视系统的院校都把节目制作专业作为重点专业来办，但缺乏适合职业教育特点的专业教材。这套电视节目制作系列教材就是在这样的背景下编写出版的。

这套教材分两批出版。第一批六本：《实用电视新闻》、《电视节目制作》（技术类）、《实用电视摄像》、《实用电视编辑》、《非线性编辑应用基础》、《有声传播语言应用》。第二批六本：《电视音乐与音响》、《电视美工与照明》、《电视文艺》、《电视广告》、《电视文字语言写作》、《电视制作》（技艺类）。

随着其他参考性、资料性及音像电子教材等辅助教材的陆续出版,该系列教材将在内容上更加完善,结构上更加优化,并呈现出系列化、多样化、现代化等特点。

这套系列教材的推出,其指导思想是要努力体现两个转变,即变应试教育为素质教育,变学科本位为能力本位,构筑适应劳动就业、教育发展和人才成长“立交桥”需要的职业教育课程体系。

这套系列教材主要面向中等职业教育,同时也兼顾了高等职业教育、普通专科教育和在职岗位培训的需要,是一套适用范围较广的教材。它在结构、内容及编写方法等方面还具有以下新特点:

一、对课程结构的整体优化,有利于加强专业素质和综合能力培养。《实用电视新闻》让学生掌握最主要的专业知识,具备制作新闻节目与专题节目的能力;《实用电视摄像》、《实用电视编辑》、《有声传播语言应用》三门课程,分别培养学生的采、编、播能力,并开设《非线性编辑应用基础》课程,以适应数字技术的新发展;《电视节目制作》(技术类)与《电视制作》(技艺类)则以“文理渗透”、“技艺结合”为特点,对不同专业方向的学生“打通培养”、综合训练。整体课程设置,符合培养复合型人才的需要。

二、对“基础”部分的科学定位,符合工作岗位特点和业务性质要求。如:《实用电视新闻》把“电视新闻记者”、“电视新闻业务流程”作为该教材的基础部分;《实用电视摄像》把“摄像机构造与原理”、“光色与构图”、“画面运动与组合”作为该教材的基础部分。同样,《实用电视编辑》中的“视听思维和语言”、“画面组接与声画组合”;《非线性编辑应用基础》中的“线性编辑和非线性编辑的联系与比较”;《有声传播

语言应用》中的“有声传播语言的应用基础”、“广播电视语言的应用”、“主持人的语言应用”等，都体现了各门课程对基础部分的科学定位。

三、对迁移价值的追求，是教材内容优化的重要体现。如：《实用电视新闻》中的“场性思维”、“电视新闻业务流程”，就是最具迁移价值的内容，它反映了事物的本质和内在联系。因为电视新闻制作不是一般的制作，而是一个业务流程。要驾驭这个业务流程，就必须具有场性思维；反之，要培养场性思维能力，就必须了解业务流程。又如，《有声传播语言应用》把播音基础理论与技巧通俗地概括为“气、声、字、句、情”五个字，这也是最具迁移价值的内容，它对有声传播语言的广泛应用具有直接的引导作用。

四、模块化的组装，为实施产教结合新的教学模式提供了基本依托。就整体课程设置而言，第一批六本教材可视为电视节目制作专业的大模块，第二批六本教材则可看做是根据市场需要和岗位群的不同分布而设置的小的活动模块。这种大小模块的结合，可根据不同专业或专门化的要求，进行课程的拼装、组合和调整。模块化的组装，还体现在各门具体课程上。如《有声传播语言应用》就包含了广播电视语言、主持人语言、窗口行业语言等几个模块。模块化的组装，打破了传统教材过分强调的学科的系统性和完整性，使理论与实践相结合的“双线课程结构”成为可能。

五、“三个一”（一个知识点，一个或多个能阐释知识点的实例，一个或多个相应的思考练习题）的基本编写体例，同样为实施产教结合的教学模式提供了条件。这种体例融理论教学、实践教学、技术服务与节目生产为一体，不仅适应模块化教学的要求，而且也适应学分制弹性学制的要求，并可做到

“教、学、做”的结合与“脑、口、手”的并用，使职业教育的实用性与灵活性得到最充分的体现。

这套系列教材的编写队伍是一支产教结合的队伍。来自全国各广播电视学校的课程组成员和有关广播电视机构的 30 余名专家及资深专业人员参加了编写。我对他们的辛勤劳作谨表深切的谢意，对这套教材的如期出版表示热烈的祝贺。但由于参编人数较多，期限又紧，难免存在内容繁多、水平参差、体例不一甚至个别差错等问题。诚恳希望读者批评指正，并请讲课教师在教学实践中提出修订意见。

刘爱清

2000 年 7 月 15 日

(注：为本书作序者系国家广播电影电视总局人事教育司副司长)

前 言

迄今为止，有关电视制作的书籍不说汗牛充栋，起码可说是层出不穷，但有关电视文字语言写作的专著却寥寥无几。

原因之一是中国电视事业实在年轻。从1958年，中国第一座电视台——北京电视台开播，至今电视事业才不到50岁，而世界的电视事业也不过早二十多年，很多东西还在探索中。电视人在日新月异的发展中忙于实干，没有多少时间谈经验。原因之二是文字语言的民族性，语言有民族特定的规律性，汉族的语言如何适应新的电视传媒？如何与画面语言相结合？没有经验可循；况且，在电视的两种语言——画面和文字之间，电视工作者自然首先着眼于画面，而将文字摆在次要的地位。

北京广播学院出版社1988年出版的电视节目制作丛书中，温化平老师著的《电视节目解说词》一书可算是电视文字语言的第一本专著，也可能是惟一的一本专著。在这本书中，温老师一开头就指出：“两种或两种以上的语言组成了电视节目，除了画面语言，最吸引人的就是听觉语言，或者说是文字语言，而在电视纪录性节目中则是解说词。”但她随即又指出：“解说词作为电视纪录性节目的组成部分，无论从哪个角度看，它都不能、也不可能独立存在。”也就是说，电视解说词是一

张皮，不能离开电视画面这个实体。

时隔不过十多年，专家和行家对解说词的独立性和重要性就有了与前不同的看法。他们把电视的文字语言看作血液、看作灵魂，是它赋予了电视节目以生命、以灵性。我们也终于在书店和图书馆，寻觅到一些电视节目解说词的文本。虽然，这些文本的数量，不说是在茫茫书海里面，就是在电视行业这一范畴，也显得太少太少！有关电视文字语言的专著依然茕茕孑立。

但在电视节目的实际制作中，语言文字的思维贯穿节目创作的始终。

我们用文字语言拟订采访拍摄提纲，我们用文字语言提炼主题，我们用文字语言串联节目，我们用文字语言去合成节目，以文字语言最直接最明确地表达我们的感受和意念。因为，千百年来，人类已经习惯了用语言去思维去交流，语言是人类思想交流的工具。所以，尽管专家学者还在争论画面和文字两种语言孰主孰次，还在为解说词应该叫什么名字各抒己见，还在为解说词多写还是少写绞尽脑汁，电视工作者却在时时刻刻、分分秒秒迎合观众的喜好、按照人类的语言表达方式去策划、组织、制作电视节目。毕竟，语言是我们长期劳动磨炼出来的工具，它能把最复杂的事物以最形象的声音或者符号表达出来。人类物质和精神建设发展到今天的文明，文字语言功不可没。

电视是生活的反映，社会的反映。电视上的文字能以声音的形象出现，也能以图像的形象出现。文字语言应该在电视上得到最充分最形象的发挥。广东省广播电视学校开设解说词创作课，并请广东电视台的记者去讲课，引发了我们编写这本书的动机。

编写这本书的作者都是活跃在广东电视台的编辑记者，有些还是统筹一方的负责人，他们在百忙中一边要应付紧张的电视产品生产，一边要收拾自己的工作经验体会。他们都写过很多或者现在还在写电视文稿，但当他们接到这本书的任务时，还是遇到了两个难题：

一是典型的材料难找。现在的电视节目是如此的多，但发行出版，能在市场上找到的文本是那样的少。电视纪录片的文本极少，电视新闻的文本更少，海外节目的文本完全没有，要抓到可作范例的文本又要抓到极具代表性的画面就更不容易。寻找典型的例句和图像犹如在海潮中抓浪花，每一朵浪花都很美丽，但要抓到你看中一朵，并把它完整地留下来就很难。

二是规律性的东西难找。电视事业发展飞快，电视的变化也令人目不暇接。如果以30年为一代，中国的第一代电视人在从电影到模拟电视的探索中过去了，能够让他们停下来思考的时间几乎没有；第二代电视人已经开始进入数字时代，而我们这第二代电视人刚刚跨入数字电视的门槛，眼前已经展现了网络时代的大前景。大家奋力向前，很少有机会回头，在前人留下来的有限东西中，要寻找规律性的东西，仿佛在一片天然的海滩上，寻找一块人工的砖头。

在中国广播电视出版社的鼓励下，在广东省广播电视学校的支持下，我们编写这本书，自己炼造了一块砖头，铺垫在中国电视发展的大道上。

编写这本书，首先要感谢广东省广播电视学校的支持。广东省广播电视学校近年来坚持产教结合，聘请了大量的电视工作者来校任教，他们的教学使学校的理论教学得到实践知识的补充，教学也为电视工作者提供了总结和检验实践经验的机会。这本书的基本框架就是在教学中逐步搭建起来的。在编书

的全过程中，广校又在财力物力上给予了大力支持，并作为一项任务在校领导之间交接下来。

编写这本书，要感谢中国广播电视出版社的热情鼓励。出版社编辑部对这本书的定向和大纲审定都给了我们积极的意见，鼓励我们在冷门选题的小径开辟新路，在缺少资料的溪流沙里淘金。才有了今天奉献给读者的这本教材。

写这本书的初衷是谈解说词的，但一开始就遇到了包括编者们在内的反对。因为仅限于旁白意义的解说词，不但在记者编辑中越来越少人接受，而在电视节目的实际创作中，人们的思维实际也已超越了这一范畴。经过一段时间的推敲，我们拟定了现在这个题目——《电视文字语言写作》。我们认为这个题目比较符合电视创作的实践。但书中的内容仍然以新闻和专题片的文字为主，为了使初入门者有更广的适应范围，增加了一章“特殊的电视文字——电视广告词”与一章“电视频道包装的文字语言”。但是我们没有写电视剧和文艺节目的文字，它们有自己的名字——台词或串词，也有它们特殊的艺术性，而我们在这里，主要还是探讨电视节目共性的、基本的表现和规律。

全书共分10章。第1~5章，由黄若青编写。这五章是对电视节目的文字语言作概论性的介绍，包括它的历史、位置、特点和规律等等，重点是电视两种语言的交织，并附有四篇阅读参考资料（节目）。第6~10章，主要是对各种电视文字语言写作的具体指导。包括第6章电视新闻稿的写作，由林庆坚、林绮霞编写；第7章电视专题文字稿的写作由黄若青、李志强编写；第8章特殊的电视文字——电视广告词，由黄青陌编写；第9章电视频道包装的文字语言，由卢小丹和冯令沂编写；第10章外国电视专题节目赏析，由郭际生编写。后半部

分由于比较具体详细、举例较多，篇幅也较长，特别是外国专题节目赏析一章，所有例子和材料都是郭际生一人记录整理的，还有后面的几篇外国阅读参考资料（节目），也是他一字一句记录整理。这些节目内地读者不一定看得见，弥足珍贵，所以保留了较大的篇幅。对于国外的节目文字，阅读时请注意分析，不可盲从。

鲁迅先生曾经告诫学写作的文学青年：千万不要看写作手册一类的书。他的意思无非是害怕青年的创作激情和灵感为书中的条条框框所扼杀。我们在书中也努力避免设置这样的条条和框框，如果有这一类的文字出现，还请读者记住：仅供参考。

电视是新兴的传媒，创作电视的思维和手法也应该时时求变求新。由于本书编写时间仓促，书中可能有不足之处，希望广大读者批评指正。

编 者

2001年2月

责任编辑 王本玉
封面设计 张一山

国家广播电影电视总局规划专业教材

21世纪广播电视职业教育丛书

实用电视摄像

实用电视新闻

实用电视编辑

非线性编辑应用基础

有声传播语言应用

电视节目制作（技术类）

电视制作（技艺类）

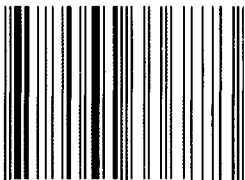
电视广告

电视文艺

电视美术与照明

电视音乐与音响

ISBN 7-5043-3687-4



9 787504 336873 >

ISBN 7-5043-3687-4/G · 1437

定价：22.00元

目 录

第一章 从解说词到文字语言	1
△ 第一节 解说词从无到有的过程	2
△ 第二节 解说词的定义	6
△ 第三节 电视文字语言的涵盖范围	9
第二章 电视文字语言的作用	12
△ 第一节 电视传播的优势	13
△ 第二节 电视画面的局限	16
△ 第三节 电视文字语言的作用	20
第三章 电视文字语言的构思	32
△ 第一节 电视节目的策划和选题	33
△ 第二节 资料搜集和前期采访	41
△ 第三节 节目形式和文字体裁	45
第四章 文字语言素材的拍摄	52
△ 第一节 画面语言素材的准备	53
△ 第二节 现场采访的提问艺术	58
△ 第三节 现场解说的创作	65
△ 第四节 拍摄素材的整理	70

第五章 电视两种语言的交织 ——— 74

△ 第一节 文字语言的位置 ——— 76

△ 第二节 文字语言的局限性和主动性— 79

△ 第三节 文字语言如何写画面 ——— 85

△ 第四节 屏幕文字的创作编排 ——— 89

阅读参考资料（节目） ——— 97

（一）《梁祝》 ——— 97

（二）《大阅兵》 ——— 105

（三）《杰出华人——张艺谋》 ——— 115

（四）《乌克兰 绝望的死国》 ——— 140

第六章 电视新闻稿的写作 ——— 144

△ 第一节 电视新闻稿的写作体例 ——— 144

△ 第二节 新闻稿与其他电视元素 的关系 ——— 161

△ 第三节 电视新闻稿的特点 ——— 167

第七章 电视专题文稿创作 ——— 188

△ 第一节 什么是电视专题节目 ——— 188

△ 第二节 电视专题节目的分类 ——— 192

△ 第三节 电视专题节目的布局体例 — 195

△ 第四节 开头和结尾 ——— 209

△ 第五节 专题文稿的写作要点 ——— 227

△ 第六节 细节描绘 ——— 237