

TEAM WORK

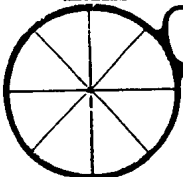
電視節目 設計研究



謝章富 著

動腦・靈感・類比・模仿・創作・動腦

電視節目 設計研究



中華民國八十五年元月四版

版權所有
翻印必究

藝術叢書

電視節目設計研究

門郵傳電地總印	電地	出發著
市		行者
部：永和市中正路四九八號	址：台北縣板橋市大觀路一段59號	者：謝章富
撥：〇五四四五〇〇—七北星帳戶	話：(〇二)九六九五九九二	人：國立台灣藝術學院廣播電視學會
真：(〇二)九二二九〇〇一	(〇二)九六八三八七七	者：國立台灣藝術學院
話：(〇二)九二二九〇〇〇	(〇二)二七二二一八一轉廣電系	出版者：謝章富
址：永和中正路三九一巷二號八樓	者：尚暉印刷事業有限公司	者：謝章富
銷：北星圖書公司	經：北星圖書公司	者：謝章富

中華民國八十五年元月四版
定價／新台幣貳佰捌拾元

再版序

經濟的發展，科技的演進及政治的興革，使當前的社會邁入自由化及國際化的新潮流，在更自在與開放的尺度下，大眾傳播事業不僅成了時代的新寵，更擁有廣大發展的空間。生活水平的提昇與教育文化的普及，也使人們更殷切於精神與物質文明的大量需求，於是，供需之間的平衡，形成社會安定的重要關鍵，而大眾傳播在「大眾權益」、「社會責任」及「媒體利益」的互動關係間更急需探索一個新的平衡點。

近幾年來，傳播科技的高度發展對整體人文環境帶來極大的衝擊。數位化電腦的普及、DBS直播衛星的放射以及HDTV高畫質電視的研究發展，使整個傳播事業，又向前邁入一個新紀元。然而在硬體發展飛飆的同時，軟體內涵如何因應，卻是另一個重要的課題。

國內自民國七十三年五月開播「公共電視」迄今，有許多相關的問題一直被謹慎的研議；例如公共電視台的籌

建、有線電視的發展、中小耳朵的開放及是否允設第四商業電視台等等。從政府的立法管理到民間的因應經營，一直未能找出一套適當的處理辦法。或許周詳的考慮，可避免日後許多的困擾，但當前的「大眾權益」卻往往被忽視是相當令人惋惜的。

此書的再版，給筆者最大的感受乃在於我國電視事業發展卅年來，究竟在節目內容的表現上有多少實質的進步？許多年來國內「觀眾」一直在這時應的傳播事業下扮演著純粹旁觀者的角色，雖然我們深信專業的工作領域需要有專業的人才及作業程序，可是傳播事業的經營應有其積極的意義和目的，而這個目的應該以服務大眾，提昇社會生活品質為依歸，願在此與有志的同業共勉之。

謝章富
80、3、1 於台北

序

電視事業是一項具時代性及挑戰性的工作，它融入社會、融入生活，不僅運用科技，更運用人的腦力，可說是金錢、人才、設備、技術與藝術的大結合，個人基於電視實務工作經驗及教學心得，深深感受它的魅力及對社會大眾的使命感。

電視節目製作從企劃、編劇、導播、美工、燈光、攝影、成音、服裝、化粧、道具、演員，以及新聞的編採、譯、播等等，每一個類目都是一門專精的學問，因此，它是一種多元化分工後的密切組合，講究的是和諧的團隊合作精神。從業人員必須本著對人群社會的關懷與愛心，幫助觀眾從電視節目中進一步去了解他自己所生活的環境。

「成功來自別人的讚揚，成就則是自我能力的肯定」，電視節目製作不斷的在尋求「創意」與「突破」，但最重要的仍在於對社會大眾服務的熱忱與奉獻。

「電視節目設計研究」一書，寫作的旨意係基於——

一個完美的企劃構思是節目成功的首要條件。因此，探討的重點在於提供節目企劃思考的方式及節目製作前應注重的事項，而不是節目實際錄製的執行。除了適合在校同學的研習之外，亦適合有興趣於電視製作工作者的參考。

電視節目的類型難於加以細分，因此如宗教節目、地方戲劇節目等在本書付梓前未及分類研討，將再續後補充。本書編寫期間，承蒙許多朋友的關愛與鞭策，使個人感受莫大的鼓勵與溫馨，同時深深的領會到對別人關懷與付出後的喜悅，對所有熱心幫助我的朋友，我在這裡表示最誠摯的感激。

電視從業人員如能本著「社會責任」的理念，貢獻對人群的愛心，則節目的製播將具有實質的意義。電視可以服務社會，亦可萎靡人心，好壞的關鍵全繫於製作的觀念及執行的態度。本書希望提供有志於電視工作的朋友互相勉勵，疏漏之處，仍請讀者不吝指教。

目錄

第一章 緒論

第一節 前言	一
--------	---

第二節 電視美學概念	四
------------	---

第三節 電視藝術觀	六
-----------	---

第四節 電視技術觀	一四
-----------	----

第二章 電視節目製作概念

第一節 基本的認識	一八
-----------	----

壹、目標的確認	一八
---------	----

貳、瞭解電視的功能	二〇
-----------	----

參、電視節目成功的基本條件	二六
---------------	----

第二節 電視製作的條件	三〇
-------------	----

第三節 電視節目製作程序	三四
--------------	----

壹、電視的基本傳播系統	三四
-------------	----

貳、電視節目製作程序	三九
------------	----

第三章 電視節目設計研究

第一節 創意的由來……………四三

壹、靈感……………四三

貳、聯想……………四六

參、模仿……………五二

肆、創作……………五三

第二節 節目企劃的完成……………五六

壹、事前考慮的因素……………五七

貳、構想的具體化……………五九

參、研究目標觀眾……………六〇

肆、時段的選擇……………六一

伍、預算的估定……………六一

陸、節目的認可……………六四

柒、其他注意事項……………六六

第四章 新聞性節目設計研究

第一節 新聞報導及氣象……………七二

壹、一般新聞報導節目的設計……………七五

貳、新聞報導構思方向及計劃要務……………	八八
第二節 新聞評論、時人訪問及時事座談……………	九二
壹、新聞分析與評論……………	九二
貳、時事座談及時人訪問……………	九四
第三節 實況轉播節目的設計……………	九六
壹、國內實況轉播……………	九八
貳、國際衛星實況轉播……………	一〇七
第四節 新聞雜誌性節目的設計……………	一〇二
壹、新聞雜誌性節目企劃原則……………	一一一
貳、新聞雜誌性節目設計應注意事項……………	一二二
第五章 戲劇節目設計研究……………	
第一節 電視劇的特性……………	一一九
第二節 電視劇的類型與構成要素……………	一二三
第三節 電視劇的製作要務……………	一二七
壹、電視劇製作的原則……………	一二七
貳、電視劇製作的一般流程……………	一二八
參、電視劇編寫要領……………	一三〇

第四節	電視戲劇節目企劃要領	一三四
第六章	綜藝節目設計研究	
第一節	綜藝節目製作概念	一五四
第二節	綜藝節目設計原則及企劃要務	一五八
壹、綜藝節目設計原則		一五八
貳、綜藝節目企劃要務		一六三
第三節	才藝競技節目企劃要務	一六七
第四節	益智性節目企劃要務	一七二
第五節	體育節目企劃要務	一七四
第七章	社教節目設計研究	
第一節	社教節目企劃要務	一八一
第二節	公共電視節目——社教節目的具體化	二一〇
第八章	教育文化節目設計研究	
第一節	教學節目企劃要務	二一六
第二節	教育性節目企劃要務	二二三
第三節	婦女節目的設計	二二四
第四節	兒童節目的設計	二三〇

第五節	文化節目的設計	二四三
第九章	公共服務節目設計研究	
壹、服務性節目設計的原則		二五一
貳、服務性節目企劃要領		二五二
第十章	特別節目設計研究	
第一節	專集節目的企劃要務	二五六
第二節	「特別節目」的設計	二六二
第十一章	電視節目製作相關因素研究	
第一節	電視事業經營制度分析	二九五
第二節	電視倫理——社會責任的約制	三〇〇
第三節	收視率與電視製作	三一〇
第四節	電視節目的原動力——廣告	三一三
第五節	電視事業與公共關係	三二〇
第十二章	結論	三二五

第一章 緒論

第一節 前言

我國大眾傳播事業的先進馬星野先生，於最近到美國考察大眾傳播事業，返國後在大眾傳播教育協會廳舉辦的演講中指出，目前大眾傳播事業有四種共同的趨勢：（註一）

一、新的科技已產生新的傳播面貌：尤其是電腦或電子計算機應用於大眾傳播，通訊衛星之應用於新聞及圖片之傳送與發播，光學纖維（註二）與雷射技術之進展與運用，三者互相配合，使大眾傳播事業完全改變。

二、大眾傳播的求快求速：不問是文字、聲音、照片、圖畫，經過微波的電路，尤其是通訊衛星收播用的無線電波，已經將傳播時間縮短到近乎零。時間已變成無限短，空間已變成無限大，速度已變成無限高。

三、大眾傳播事業的趨勢，是求確實，求內容豐富。利用資訊科學的發展（註三），使不同興趣，不同職業的人，有其需要的材料可看可讀，而每種資料，必為精確而求證，期其千真萬確，沒有半點虛偽。

四、傳播事業力求簡化與淨化：不僅報業使用簡單的寫法，明淨的編法，即是電視與雜誌方面，也走清潔簡明的路線。

從馬會長的談話中，可以看出大眾傳播事業的發展，始終不變的一個原則就是傳播技術與傳播內容

的配合。不管「硬體」科技發展多麼迅速便捷，「軟體」資料永遠是不可少的實質內容，特別是挾聲光影特性，普遍而深入家庭的電視事業更是如此。在我國電視史上發展的廿餘年來，一直為制度、人力、設備、經費等許多問題而努力，然而最基本而重要的却是經營的觀念與態度。

在民主制度的前題下，電視事業發展的方針究竟如何？是以營利為目的，或以服務為依歸？在經營者與大眾之間缺少一致的認同。因此，導致社會各界，包括政府首長、學者專家及有心人士對電視發展的關切，其主要目的，不外是希望電視在提供大眾娛樂之外，能善盡教化大眾的功能，從防範低俗萎靡的節目中，積極的提供健康而充實的內容。其中幾個重要的關鍵是：

1. 主事者的態度：電視事業的經營政策，取決於主事者的決心。如何在商業營運與服務大眾之間，開闢一條可行的途徑，需要主管人員的魄力，他必須兼顧公司經營的贏虧，更必須重視社會大眾的權益。

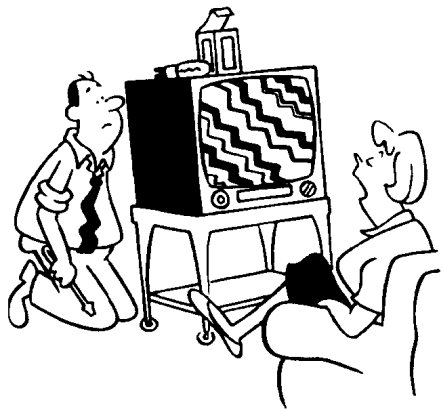
2. 從業人員的觀念及用心：電視從業人員，不論隸屬於那個部門，在整體電視製作工作中，都具有相當的重要性，也就是說電視節目，不僅是製作人、導播或演藝人員的事，而是上自單位主管，下與各部門工作人員，都有密切的關聯性。每一成員不僅對電視的特性及運用技術要有所認知，對電視所具有的社會責任更要有所體認。因此製作的理念及敬業精神是不可或缺的兩項條件。

3. 社會大眾的反應：觀眾是電視節目的對象，是整個電視傳播結構中的重要角色，而不僅是盲目接受的收視者。他們和電視事業屬於相對等的地位。觀眾需要電視的娛樂，而電視需要觀眾的收看。因此，觀眾的反應對電視事業而言是有絕對的重要性。今天不是電視事業不重視專家學者的意見，而是整體觀念的溝通有待努力，基於觀眾愛護電視，及電視關心大眾的前題，反應固然必須重視批評道德，製作也需顧及大眾利益。我們不在探討人性的弱點，但人性的弱點却常存在，目前電視的弊端，皆出於重利

輕義的毛病，節目製播的態度，非到用盡人情，或廣告不再垂青，絕不罷休，在整體表現上缺乏創意及革新，這種錯誤的執着大大的阻礙了電視事業的發展。

七十二年五月起播出的「公共電視節目」具有激濁揚清的重大使命，在不受廣告約制的情況下，當可獨立創造社教功能，然而執行的基本政策必須維繫，那就是純以「公共」為出發，且以「公共」為依歸的純公共電視節目，而不是政府的發言單位。因此，不論是商業電視或公共電視，在經營的理念上都必須一致，那就是對社會大眾的服務與關愛。

電視節目製作的探討，不僅僅在於如何表現，如何充實內容，而是希望在實用的娛樂及社教效果之外，賦予電視藝術生命，發展電視的精神層次。因此本書的重要理念在於建立電視技藝觀，並從電視的倫理基礎中，研究每一類型節目設計製作的要件。全書分十二章，仔細的從現況分析中尋求革新與創意。並希望提醒電視製作從業人員，如何運用電視去解釋生活的本質，也就是如何在廣泛的生活層面中，去擇取有利於人群的因素，透過藝術的昇華以娛悅和服務社會大眾。



(這大概是現代藝術館的節目)

第二節 電視美學概念

人類生活不離物質與精神兩個層次，在知覺的領域裡，亦不外知性與感性兩大分野。日常行止中，我們不論有意識的或無意識的總在於由外物的接觸中，啓發內在的交感，也就是由感知↓理解↓溶入↓乃至於發抒的過程中去體會人生。生活不僅是生存，從「大我」的觀點上看，正如先總統 蔣公所召示：「生活的目的在增進人類全體之生活，生命的意義在創造宇宙繼起之生命」，我們必須活在人群社會中，為大眾而活。而從「小我」的觀點上看，我們自我的肯定中去尋求幸福，也就是在不斷努力求取溫飽之外，從美的探索中去滿足及提昇生活。「居陋巷，一簞食，一瓢飲，人也不堪其憂，回也不改其樂。」孔子所讚譽於顏回者，也就是淡泊明志的信念。簡單的說，在生活領域裡，我們所追求的不僅是：「我如何活下去。」更是：「我如何生活得更有意義？」這種明確觀念的建立，是今日大眾傳播的運用上所不可或缺的準則。

在我們每天的生活範疇裡，我們不論是有意或者無心，對所接觸的各事各物，都會有一種美的審度、選擇或安排。長得再醜的人，也會修飾自己，再遲鈍的人，也會去欣賞漂亮的花。我們會佈置客廳、擺置餐具……，在食、衣、住、行、育、樂各項活動中，很自然而然地去尋找一些愉快的、美的經驗，也因此我們會排斥噪音，反對髒亂。這些正顯示所有人類行為都有一種美學的潛能，更何況在藝術的創作領域，例如音樂的曲調、旋律、和聲；戲劇的角色個性、情節、動作；文學的修辭、內涵、意境；繪畫的線條、形式、神韻……等等，更是由美的覺知中，經由意念的詮釋，技巧的表現，展現一種美的形象。本文所探討的「電視」，亦是透過各種光影聲色的組合，去展現一些具體的美。當然除了這種表象的訴求之外，更重要的便是在於內涵的探索，這是我們所強調的重心。

朱自清先生說過：「藝術雖與實際人生有距離，與整體人生却並無隔閡，因為藝術是情趣的表現，而情趣的根源，就在人生。」當我們強調藝術與生活的關聯性時，它們之間所存在的必是一種實質的、有意義、有目的的關係。就如以「實用」的觀點看，「美」是沒有多大用處的，但「美」却滿足人生中的一大需求——精神的飢渴。凌嵩即教授在他所著的「藝術概論」一書中，對藝術所下的界定分兩個層面：「廣義的，凡是含有技巧與思考之活動及其製作皆備者為藝術，這是一般社會人士的看法，可謂與『技術』一詞同義。狹義的，凡是含有美的價值，根據美的原則或融合美的原則之活動及其活動的產品，表現出創作者思想及情感，並給接觸人以美的感受者，稱之為藝術」。（註四）電視節目設計研究中，我們所探討的範圍是一種廣義的藝術，也可說是一種「技藝

我們常常以「俗氣」這個名詞來批判事物。「俗」無非是缺乏美感的修養，不僅在精神上，不能做高尚純潔的訴求，在實質上，亦不能達到賞心悅目的愉快經驗。仔細的觀察日常生活經驗，可發現其中充滿許許多多奇特美好的事物，然而這些奇特美好的事物並非就是藝術，它們祇可能是一種演變成藝術的潛能。將這些未加工的素材，透過美學的傳播才能成為藝術。環境美學主義者（Contextualistic Aesthetics），強調藝術與生活之間是一種實質的、懇切的、有目的的關係，認為美學的探討不僅是一種傳統的哲學，也就是單純的理

