

再侃电视TV

新 传 媒 编 导 制 作

曾海燕 ◎著

Xinchuanmei Biandao Zhizuo
ZAI KAN DIAN SHI

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

再侃电视：新传媒编导制作

曾海燕 著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

再侃电视:新传媒编导制作 / 曾海燕著. — 北京:
中国广播电视出版社, 2007. 8
ISBN 978 - 7 - 5043 - 5307 - 8

I. 再… II. 曾… III. 电视节目 - 研究 IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 086266 号

再侃电视:新传媒编导制作

作 者	曾海燕
责任编辑	樊丽萍
封面设计	大盟文化
责任校对	孙雨芹
监 印	赵 宁
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	高碑店市鑫宏源印刷厂
开 本	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
字 数	420(千)字
印 张	25
版 次	2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷
印 数	3000 册
书 号	ISBN 978 - 7 - 5043 - 5307 - 8
定 价	38.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

序

喻国明

如果说过去几年,电视媒体的竞争重点是在战略部署上,那么现阶段各媒体的竞争优势体现在对传播链条中系列资源的有效掌控和精细化的战术比拼上。电视媒体竞争到现阶段,就像围棋一样,已经进入到了收关阶段,那些定位清晰、资源系统整合优良、关键点控制得力有效、覆盖人群质量高的电视媒体将会取得最后的胜利。在这样一场竞争中,起到关键性作用的,是专业上的高度与智慧,是对于专业规律与规则的深刻把握。经验是重要的,但是未经学理逻辑梳理的经验是大有局限的。而一个好的理论总结和专业规律的发现,往往具有在传播竞争当中,面对不甚理想的基础性资源时化腐朽为神奇的伟力。君不见白居易“笙歌归院落,灯火下楼台”的著名诗句吗?一个富贵华丽的辞藻都没有,却极尽大富大贵之气象,这便是词汇统合的高手通过词语结构所造就的无尽魅力。

曾海燕女士的《再侃电视:新传媒编导制作》是一部用纪实文学的手法再现近十年电视时效传媒实践的研究性与创造性再现结合的学术著作。就该书的写作手段所呈现的开拓思维,显而易见其基于专业实践的学术创新精神。她将新的传媒理念融会于形象思维的撰写方法之中,总是能通过传媒中突现出来的优秀业者的具体行为、优秀节目的生动例子以及具体事件的报道案例,给

我们展示江南文化氤氲下的媒体多彩多姿的理论思考。

在《再侃电视：新传媒编导制作》的书稿里，她像说故事一样，将二十多年的电视实践浓缩于近十年的电视发展的节目样式之中。从“新闻五要素”到“传媒五要素”的演变过程，好像极其自然地呈现出来了。我很欣赏她文章开始的形象再现，即：将近期报刊电视新闻作一扼要点列，时代背景跃然纸上。从书稿中我们读到，新传媒理念是在传播实践中逐渐形成的，无论是最早中央台的综艺晚会和各地地方台的娱乐节目，都由浅入深地在十年中尝试着时事信息与时效因素之于文艺节目的融入以及这种融入所产生的巨大传播效应。

当我们思索什么是新传媒理念时，便有着诸多令人眼花缭乱的传媒现象浮现出来，这一切均在说明新的时代对信息传递的需求内容、形式、品种、方式的要求愈来愈强烈和丰富，愈来愈消耗着、激发着专业工作者的才情、能力和精神能量。那么，什么是我们最可能做好的呢？曾海燕用了举重若轻的智慧将传媒的主要样式做成了八大制作的侃谈，这样一来就让读者形象化地了解了节目的不同特色。它们的每一个并不一定就是生活中的“这一个”，但它们的的确确表达了电视上曾经多次、反复出现的某种节目类型。书中《新传媒八大制作散谈》启示效果是很明显的。我们也看到了曾海燕通过采访得来的江南一带真实的传媒记录，比如《阿六头说新闻》制作谈、《放电影的老杨》制作谈、《开心茶馆》制作谈等等。这些文案生动地再现了节目的传播效应。

更要肯定的是《再侃电视：新传媒编导制作》中的《编导实践的制作程序》等章节，作者是在采访了六十八位电视人的基础上结合自己多年的编导实践，进行理性的总结、提炼，它的专业价值是对研究者、实践者提供了极有效的资料和指导依据。书中的《时效传媒拥有立体舞台》、《新式新闻激情燃烧》等大小章节中，让读者鲜活地感受到时代传媒的气息。是的，信息时代已进入到电子

科技艺术传媒,用文学、艺术的形式进入时效传播在实践中涌现了许多优异的成绩和典型事例。我们知道杭州的西湖风光闻名天下,近年来杭州的旅游业发展迅速已成为国际旅游城市。书稿中的文化片类型《说不尽的西湖》系列,集中体现了新西湖风景的采风感受,我通过曾海燕在《侃电视》中对风景片拍摄的描述得知,它是在十年前较成功的《说西湖》系列片基础上的再创作,它信息的丰富、生动,把我们引入西湖的秀丽之中,新的西湖风景的确值得人们再次地“流连忘返”。曾海燕女士把普通电视人司空见惯的节目制作加以集中点划又用富于文学性的描述更加充实和升华了它的专业意味,我们似乎觉得这又不是一部纯粹的理论书籍,她把自己多年来的电视研究化作了一个个的个性化的系列阐述,不得不叫我们产生新鲜的印象。

值得强调的是她在《新传媒八大制作散谈》一章里所描述的各种类型的制作并不像普通人想象那样有许多现成的资料素材、文本提供给她,而是曾海燕在许多年里勤于观察,收集于脑海之中,再加上她好学、好问、善于请教、分析、研究,又有较善于表达的文笔,使之活灵活现地展示了具江南特色传媒的真切面貌。从一个传媒研究学者的角度来看曾海燕女士从实践中获取的“原生态电视状况”的再现纪实,我们不但感受到生活实际中的多彩和质朴,而且从中体验到独特的生命感知及其传媒的宏富内涵,这是不直接参与实践的人难以想象和把握的。如果说曾海燕的《侃电视——电视传媒系列话题》重点突出了电视立体传媒的话,那么《再侃电视:新传媒编导制作》便突出了“用文学、艺术的形式传播时效信息”并强调了编导“程序的运作”和“文学修养”。可以说,《再侃电视:新传媒编导制作》是一部好书,是一部值得电视同仁关注、阅读的专业性较强的书。我为杭州电视台能出版该书而高兴。

读完四十多万字的《再侃电视:新传媒编导制作》,我们不难

看出曾海燕女士的突出才华,她不仅以娴熟的专业表达给我们讲述了近十年电视的发展,列举出个性鲜明的节目制作类型,理性阐述了编导艺术的运作程序,并且出人意料地写出《经典启发编导制作的文学意识》这样充满灵性的专业互动文论;她对经典文学悟性的表现力将给年轻学子、青年编导们以启迪。

我与曾海燕女士因其各自的忙碌虽仍未见面,但对于她的执著研究,对她在短短两年时间写出了反映纪实实践的著作深感不易和敬意,我们面对专业的科学态度应该提倡这种敬业精神。

2007年3月10日于北京

(作者系中国人民大学新闻学院副院长、教授、博士生导师)

目 录

Contents

序.....	喻国明
--------	-----

上 部

第一章 全新的传媒理念

I. 老式新闻在时尚中演变	4
A. 新闻五要素与传媒五要素	4
B. 呆坐着迎接大千世界行吗	8
C. 利用自个儿的“优势”	10
II. 时效传媒拥有立体舞台	12
A. 什么是我们已经做的	12
B. 什么是我们应该做的	17
C. 什么是我们能够做的	19
III. “非专业”渗透前景可叹	21
A. 传媒专业的弱势	21
B. 关于“恶俗现象”的评说	24
C. 专业信息召唤专业实力	28
D. 正在互补的传媒队伍	32
IV. 新式新闻激情燃烧	36
A. 娱乐现场的热点传播	36
B. 综艺晚会的紧急救援	39
C. 高手交错的立体奉献	43
V. 媒体公共关系的尝试	47
A. 特派的对外形象	47
B. 吸纳开拓型	52

C.文化美女独占鳌头.....	54
VI.时代信息化挑战未来.....	59
A.形势不容懈怠.....	59
B.你能否独当一面.....	64
C.潜力可探的睿智者.....	68

第二章 新传媒八大制作散谈

I.概说.....	74
A.在科技艺术的路上迅跑.....	74
B.我们缺少的是“感动”.....	77
C.编导构思的变数.....	78
II.说新闻.....	82
A.从《阿六头说新闻》谈起.....	82
B.说新闻之产生和展望.....	85
C.黄金客串说新闻.....	88
D.《阿六头说新闻》前期制作谈.....	89
E.《阿六头说新闻》主持人谈制作.....	91
F.《阿六头说新闻》文案一则.....	93
G.用普通话说新闻前景看好.....	94
III.人物片.....	95
A.《放电影的老杨》制作散谈.....	95
B.《透亮的世界》制作散谈.....	96
C.《好男人理想模式》制作散谈(摘要).....	97
D.《被一个叫兰华的女人感动》记者手记.....	98
E.《生活中的职业太太》系列片采访散记.....	101
IV.叙事片.....	105
A.《一桩涉枪涉毒案件侦破纪实》制作散谈.....	105
B.《1·28浴室老板被杀案》纪实片制作谈.....	107
C.《扶贫帮困有诈的调查》制作谈.....	108
D.《情人节送花有感》制作谈.....	111
E.《公交车上的文明体验》制作谈.....	112
F.三条信息稿.....	113
V.生活常识片.....	115
A.《家庭主妇常识》系列片制作散记.....	115

B. 夫妻关系艺术系列(策划意见).....	118
C.《做一个合格女人的常识》系列片散谈	122
D.《生活大参考·智多星》制作谈.....	126
VI. 庆典晚会与主题晚会	127
A. 庆典晚会概说	127
B. 两份策划书.....	128
C.《跨世纪晚会》主持人文学本	131
D.《雷峰塔音乐大典》导演阐述	135
E.《十个感动我的警察故事》文学本	138
VII. 娱乐晚会	145
A. 娱乐晚会概说	145
B. 小品晚会《开心茶馆》.....	150
C.《开心茶馆》制作散谈.....	151
D.《开心茶馆》主持人谈制作.....	152
E. 小品晚会《红墙白树》.....	154
F. 小品晚会《燕子有约》.....	156
VIII. 休闲晚会	158
A.《电视大家堂会》.....	159
B.《艺术欣赏沙龙》.....	162
C.《江南水乡歌舞欣赏》系列文学本	163
D.《美国民间现代舞欣赏》系列文学本.....	171
IX. 文化片 ——《说不尽的西湖》系列片制作谈	177
A. 概述.....	178
B.《天堂与人间的临界》.....	180
C.《游苏堤》系列	183
D.《心目中的竹素园变了》.....	189
E.《曲院里“他们”真的酿酒呢》.....	191
F.《我熟悉的郭庄》.....	193
G.《虎跑的一路攀爬》.....	196
H.《重游太子湾》.....	199
I.《湖畔赏荷》系列	202

下 部

第一章 编导实践的制作程序

I. 采访	210
A. 采访中的机动	210
B. 多种类型的采访	213
C. 采访实践的故事	215
II. 工作稿(信息稿部分)	222
A. 工作稿的形成	222
B. 工作稿的制作	224
C. 工作稿的类型	227
III. 画面设计	232
A. 主题框架的思路	232
B. 采景、采点	236
C. 拟定拍摄提纲	240
IV. 现场拍摄	250
A. 营造艺术氛围	250
B. 编导的六种手法	255
C. 执行拍摄提纲	258
V. 电视文学编辑	266
A. 在“发现”中启动	266
B. 在“交融”中成形	271
C. 在“提炼”中点睛	276
VI. 合成	280
A. 立体的合成思维	280
B. 立体的包装	285

第二章 经典启发编导制作的文学意识

I. 概述	290
II. 经典启发之一：鲁迅教我们讲故事	291
A. 读鲁迅的书，对鲁迅的印象	291
B. 读《祝福》，哀其不幸的祥林嫂	294
C. 《祝福》的结构启示	295

D. 读《在酒楼上》,有感于细节的印象	297
E. 对《在酒楼上》的结构有感	299
F. 读《故乡》,谈闰土形象的塑造	300
G.《孔乙己》与“好喝懒做”	303
H. 读《阿 Q 正传》之后	305
I.《阿 Q 正传》的构思特色	306
J. 读《伤逝》,感触“生存的道理”	313
K. 从编导角度看《伤逝》的构思特色	314
III. 经典启发之二:从钱钟书的《围城》中所得	319
A. 对《围城》的故事欣赏	319
B. 电视人看《围城》的结构	321
C.《围城》的人物群像	322
D. 对《围城》主人公方鸿渐的感叹	326
E. 欣赏《围城》的妙语连珠	328
IV. 经典启发之三:托尔斯泰的《安娜·卡列尼娜》	334
A.《安娜·卡列尼娜》的故事欣赏	335
B. 双轨结构给我们的印象	337
C. 印象深刻的语言感召力	339
D. 安娜人物形象给女性人生的暗示	342
E. 站在电视编导的角度学习它	343
V. 经典启发之四:司汤达的《红与黑》	348
A. 于连的故事欣赏	348
B.《红与黑》的情节特色感受	350
C. 于连的悲剧与个人奋斗	352
D. 人物心理描写的成功	354
E. 编导心目中的色彩形象	359
VI. 经典启发之五:从夏洛蒂的《简爱》中得到的	361
A. 凄楚、坚韧、娓娓的故事	361
B.《简爱》人物形象的冲击	364
C.《简爱》在写作上的“反衬”“对比”手法	366
D.《简爱》的“起、承、转、合”结构	369
E. 简爱个性魅力的成功	371
VII. 经典启发之六:海明威的《老人与海》	374
A.《老人与海》的纪实手法	374

B.完全像在摹写一个真人的经历.....	375
C.再现人物内心具体的形象.....	376
D.突出人物心理上的强大.....	377
E.纪实性创作的启示.....	378

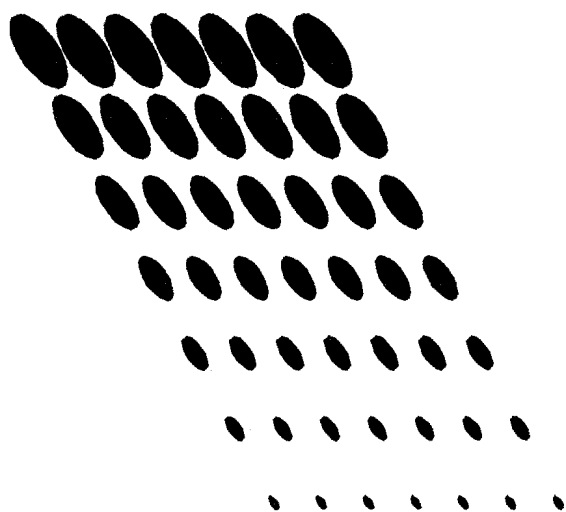
尾声.....	380
---------	-----

审稿意见.....	381
-----------	-----

后记.....	387
---------	-----



上部



TV

第一章 全新的传媒理念

I . 老式新闻在时尚中演变

II . 时效传媒拥有立体舞台

III . “非专业”渗透前景可叹

IV . 新式新闻激情燃烧

V . 媒体公共关系的尝试

VI . 时代信息化挑战未来

I. 老式新闻在时尚中演变

- >新闻五要素与传媒五要素
- >呆坐着迎接大千世界行吗
- >利用自个儿的“优势”

A.新闻五要素与传媒五要素

新华通讯社《参考消息》2006年10月9日头条：“安倍访华标志中日关系出现转机”；《都市快报》10月10日新闻头条：“朝鲜实施核试验中国政府坚决反对”；某报刊近日报道：“市委书记×××严重违纪，中纪委正进一步深入核查”；杭报10月10日头版：“×××在检查烟花大会准备情况时强调：办一届亲民安全的烟花大会”；解放日报社出版的《报刊文摘》2006年10月9日刊文：“建设社会主义和谐社会，量化我们的幸福与和谐”，这一时效信息传递了一个新观念，即颠覆了传统的城市发展理念，展示了以生活质量为核心的和谐城市新格局，是对中央以人为本、科学发展执政理念的生动诠释。

信息时代千变万化，昔日部队文工团里最单纯的“少女战士”，如今已在欧洲某国度的赌场操“洗牌”的行当；昔日西部山区赤脚背书包的黄毛丫头，如今已是白领，跨进国家顶级计算机高手行列；不要说几桶金是许多年前溪水里捉虾的小毛头拎着；不要说千万富翁落得个平民区寄人篱下的状况，过不多久又开着“奔驰”招蜂引蝶都完全可能。我们已不能呆呆地眼观五彩缤纷的世界还一成不变地做老式新闻。许多时效信息、时尚信息、稀奇古怪的消息传到我们脑海里的时候，笔者依稀意识到，新闻的范围扩大了，内容增加且丰富了。于是，在我们的传播意识里，“新闻五要素”变成“传媒五要素”。的确，要报道的消息实在太多太多了。

据考证，“新闻五要素”最早起源于美国政治学者拉斯韦尔在1932年提出的传学理论，即“传者——信息——渠道——受方——效果”五个因素。因为这五项要素的英文词中，都有一个“W”起首的词，故又称“传播五W”理论。（摘自《新闻辞典》）