

For Training Schools & Vocational Colleges of Higher Education

高职高专艺术类专业[基础学程]

BASIC CURRICULUM

电视编导基础

韩斌生 费文明 编 著

凤凰出版传媒集团重点出版项目

凤凰出版传媒集团 ◆ 江苏美术出版社



For Training Schools & Vocational Colleges of Higher Education

高职高专艺术类专业[基础学程]

BASIC
CURRICULUM

电视编导基础

韩斌生 费文明 编 著



大 视 觉
艺术教学系列

凤凰出版传媒集团 江苏美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视编导基础 / 韩斌生, 费文明编著. —南京: 江苏美术出版社, 2008.1

高职高专艺术类专业基础课程

ISBN 978-7-5344-2417-5

I. 电… II. ①韩… ②费… III. ①电影学: 导演学 - 高等学校: 技术学校 - 教材 ②电视 - 导演学 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. J911

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 124595 号

策划编辑 徐华华

责任编辑 徐华华

朱 婧

装帧设计 武 迪

丁 健

审 读 王春南

责任校对 吕猛进

责任监印 贲 炜

书 名 电视编导基础

编 著 韩斌生 费文明

出版发行 凤凰出版传媒集团

江苏美术出版社(南京中央路 165 号 邮编 210009)

集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>

经 销 江苏省新华发行集团有限公司

制 版 南京水晶山制版有限公司

印 刷 江苏苏中印刷有限公司

开 本 889 × 1194 1/16

印 张 9

版 次 2008 年 2 月第 1 版 2008 年 2 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5344-2417-5

定 价 38.00 元

营销部电话 025-83248515 83245159 营销部地址 南京市中央路 165 号 13 楼

江苏美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

江苏省高职研究会艺术类专业协作委员会教材编写委员会

主 任 吕美立 苏州工艺美术职业技术学院副院长
副主任 韩斌生 江南影视艺术职业学院副院长
陈正俊 苏州工业园区职业技术学院系主任
江 杉 扬州职业大学艺术系主任
成 员 艺术类专业协作委员会委员

高职高专艺术类专业《四大学程》编写委员会

《基础学程》编写委员会

主 任 韩斌生 江南影视艺术职业学院副院长
副主任 钱志扬 南通职业大学艺术设计系主任
孙亚峰 徐州建筑职业技术学院系主任
成 员 胡国瑞 南京艺术学院副教授
周燕弟 连云港高等师范专科学校系书记、副主任
顾晓菁 江苏技术师范学院系主任
朱彧葳 江南影视艺术职业学院副主任
仇高驰 徐州教育学院系副主任
刘剑波 常州轻工职业技术学院教研室主任
黄 顺 苏州农业职业技术学院教研室主任
陈 鑫 硅湖职业技术学院系主任

《实验学程》编写委员会

主 任 吕美立 苏州工艺美术职业技术学院副院长
副主任 徐 南 无锡工艺职业技术学院系主任
尤景林 苏州广播电视大学系主任
成 员 吴建华 苏州工艺美术职业技术学院教务处长
史国富 无锡工艺职业技术学院系主任
李根芹 江阴职业技术学院系主任
李纪彬 明达职业技术学院系主任
王 伟 江苏经贸职业技术学院系主任
李京龙 南京特殊教育职业技术学院副主任
毕亦痴 苏州经贸职业技术学院副主任
朱瑞雪 扬州环境资源职业技术学院教师
张 晶 无锡职业技术学院教研室主任

《实训学程》编写委员会

主 任 陈正俊 苏州工业园区职业技术学院系主任
副主任 李安东 南京工业职业技术学院系副主任
顾明智 常州纺织服装职业技术学院系主任
成 员 王 波 钟山职业技术学院系主任
陆康源 江苏信息职业技术学院系主任
肖 斌 淮安信息职业技术学院教研室主任
许松宁 南通航运职业技术学院副主任
李 荣 泰州职业技术学院系主任助理
经 松 江苏农林职业技术学院教研室主任
吴 荣 常州机电职业技术学院教研室主任

《精品学程》编写委员会

主 任 江 杉 扬州职业大学艺术系主任
副主任 杨 扬 江苏省江海职业技术学院系主任
李 波 南通纺织职业技术学院系主任
成 员 张祖鹰 南京化工职业技术学院系主任
李 涵 苏州职业大学系主任
濮安国 苏州职业大学教授、中国明式家具研究所所长
陈维信 无锡南洋职业技术学院系主任
虞海良 无锡南洋职业技术学院副教授
王晓岗 无锡商业职业技术学院系副主任
荀 武 苏州托普信息职业技术学院副主任
姜冬莲 南通紫琅职业技术学院教研室主任
张 菲 南京交通职业技术学院教师

高职高专艺术类专业《四大学程》教材审定委员会

主任委员

邬烈炎 南京艺术学院设计学院副院长
吴继新 中国美术学院艺术设计职业技术学院院长
叶 苹 江南大学设计学院副院长
洪锡徐 苏州工艺美术职业技术学院视觉传达系主任
刘境奇 广东轻工职业技术学院艺术设计学院院长
彭桂秋 湖南省工艺美术学院副院长
闫 浩 江西陶瓷工艺美术职业技术学院院长

审定委员会委员

(以姓氏笔画排序)

尤景林 苏州广播电视大学系主任
江 杉 扬州职业大学艺术系主任
吕美立 苏州工艺美术职业技术学院副院长
陈正俊 苏州工业园区职业技术学院系主任
李安东 南京工业职业技术学院系副主任
李 波 南通纺织职业技术学院系主任
钱志扬 南通职业大学艺术设计系主任
徐 南 无锡工艺职业技术学院系主任

目录

序	001
概述	002
课题一 电视编导通论	007
课题二 电视新闻节目的创意与编导	031
课题三 电视综艺节目的创意与编导	051
课题四 电视文艺节目的创意与编导	059
课题五 电视专题片的创意与编导	067
课题六 电视剧的创意与编导	094
课题七 电视广告的创意与编导	122
主要资源与参考文献	138
作者简介	139
后记	140

序

职业教育是我国现代化进程中培养高素质劳动技术人才的基础工程。夯实人才金字塔结构的基础,必须坚持以服务为宗旨、以就业为导向、以学生为中心、以能力为本位的办学指导思想,进一步深化职业教育教学改革,真正办出职业教育的特色,提高职业教育的教学质量和办学效益,促进职业教育可持续健康协调地发展。

江苏省高职教育研究会艺术类专业协作委员会在省教育厅高教处的指导下,依托省内高职专科院校一线教师的教学实践和教学经验,组织开发、编写了此套体现江苏特色,反映新知识、新技术、新工艺和新方法的高职高专艺术类专业“四大学程”。学程着力体现能力为本、任务驱动的指导思想,通过任务、活动和主题等多样化的表现形式,将知识点和职业能力实践融进课题训练中,改革教学方法和学生的学习方式,以此提高艺术类专业学生的创造能力和综合素质。

江苏省高职教育研究会艺术类专业协作委员会和江苏美术出版社,经过三年多的研究和努力,在参编院校师生的积极配合下,“四大学程”第一批教材面世了。这是我省职业教育教材建设的新的探索和新的成果。“四大学程”已列入江苏“十一五”期间重点出版项目,是我省高职高专教材建设的新的增长点。希望该学程继续秉持实事求是、创新求精、面向未来的原则,省内各高职高专院校在使用好“四大学程”的教学实践中,进一步修订和完善本教程;同时,能够借鉴国外优秀职业教育专业课程和教材,吸纳全国高职高专院校教材编写的优点,不断优化内容,拓展体系,为加速培养适应我省经济社会发展需要的技术型、技能型人才,为建设江苏和全国的高职高专课程、培养高素质的技术人才做出贡献,为江苏的“富民强省”和“两个率先”服务。

高职高专艺术类专业
“四大学程”编写委员会
2007年5月20日



概述

关于本学程题例和内容的简要说明

本学程分为“概述”与“课题”两大部分。

“概述”为本学科的基础理论部分,从高职院校培养学生应用能力为主的目标出发,本着“精简、够用”的原则,对基础理论作了简明的阐述,具有“通论”的性质。“知识点”主要诠释各类电视节目的基本概念,重点讲述各类电视节目通用的一般规律。

“课题”部分共分为七个课题。其中课题一总述电视栏目(出现于1992年以后)的分类要旨及其电视栏目编导的一般策划流程,简要分述近年来最为时尚流行的谈话类栏目、社教类栏目、生活服务类栏目和真人秀栏目的编导要求(这些栏目与以下各课题内容不重复)。课题二至课题四具体分述历史更长(这些课题中的节目形式产生于现行电视栏目出现以前)、收视率较为稳定、积淀最为丰厚的电视新闻节目、电视综艺节目和电视文艺节目的编导要旨及其实训要求。课题五至课题七则分别讲述关于电视专题片、电视剧以及电视广告三大类常见电视节目形式的编导和实训要求。总而言之,这七个课题基本上涵盖了除动画(另有专门教材)外目前荧屏上常见的主要电视节目形式和类型;因而,这是当前比较全面的一本关于电视编导的基础学程,有教材的性质。

相关概念阐述

一、创意与编导

这个问题涉及各类电视节目和作品的创造性选题、构思、策划、编辑、编剧和导演方面的整体筹划、摄制、后期完成等工作全过程和工作岗位(职业)的性质。其职业可分为电视编导、电视编辑、总策划人等若干大类,而本书侧重在编导方面。

二、电视节目、电视栏目、电视频道

凡是通过电视屏幕,最终以声音和画面形象的形式影响观众的具体内容单元,我们都称它为电视节目。

电视栏目是1992年以后我国电视界确定的对于电视演播中按照服务对象、内容或形态类型划分的电视节目群的称谓。它是带有类别色彩的电视节目群的演播形式,是电视传播走向成熟的必然产物。比如,中央电视台的品牌栏目有《新闻联播》《焦点访谈》《东方时空》《赢在中国》《经济半小时》《实话实说》《探索与发现》《人物》《百家讲坛》《同一首歌》《艺术人生》等(图1、图2)。

电视栏目是电视节目的衍生物和具体内容,电视节目的栏目化是电视节目由松散拼凑向集约规范发展的必然趋势,是电视节目走向成熟的重要标志。电视栏目与电视节目既有联系又有一定的区别,区别在于:①固定的节目主持人是栏目的外



图 1 《同一首歌》



图 2 《艺术人生》



在标志和形象标志之一,而节目则无需固定的主持人。②栏目是定时定量播出的,有延续性;节目则是单一的、不固定的。③栏目的内容主题是明确的,单个节目的内容相对来说基本不受限制,因而栏目的收视对象一般是相对稳定的;而节目的收视对象则并不固定。④栏目往往更容易激发观众的参与意识,而一般节目则较难参与。

电视频道(图3)是指由特定的无线电通讯频率的波段形成的电视节目传播渠道。过去一个电视台(图4)只有1~2个频道,什么节目都做,新闻、娱乐、专题节目一起上,在电视文化理念上是“台的观念”的时代。而随着电视科技的迅速发展,电视频道资源越来越多,电视媒体及其功能越来越分化,电视频道从综合性走向专业化已成为时代发展的必然要求。这种电视传播方式上的变化,使得中国电视文化的理念由“台的观念”转化为“频道观念”。于是,类似新闻频道、科教频道、电影频道等一个个专业频道就相继产生了。

一般来说,从范畴的广狭看,一个特定的专业频道可以播出具有同类专业色彩的若干个不同的电视栏目;而每一个电视栏目又可由一系列同一类别(可按内容、服务对象或形态等来划类)的多个电视节目组成。从性质上看,目前的电视频道多为带专业色彩的、由特定无线电通讯频率的波段构成的电视播出渠道;电视栏目是对近年来产生的某一频道里按类别编排的、由电视节目群构成的演播形式的称谓,是电视节目的一种编排形式。电视节目则泛指电视荧屏最终播出的一个个有一定组织形式的最基本的内容单元。

三、各类电视节目

1. 电视新闻类节目

以现代电子技术为传播手段,以声音和画面为传播符号,以传播新闻、报道真人真事为主要内容的一类电视节目的总称。此类节目以播出消息为主,同时也播出电视评论、专题报道、电视专访、调查报告、记者来信、电视新闻纪录片等。新闻类节目是电视的骨干节目之一,中央电视台的《新闻联播》(图5)是中国影响力范围最广的新闻类节目之一。

2. 电视综艺类节目

综合类节目,是与专题类节目相对应的一种节目类型,是偏文艺性而内容与形式都较为多样的一类节目形式的通称,也可称为杂造型节目。它有较强的兼容性,可集信息、观赏、娱乐、文艺、知识、服务于一体,对观众有比较广泛的适应性。台湾的电视综艺类节目做得非常成功,比如我们熟知的《康熙来了》(图6)。

3. 电视文艺类节目

以传播文学艺术或亚艺术为主要内容的各类电视节目的总称。它是文艺形式与电视手段相结合的产物,包括电视艺术(含音乐、舞蹈、曲艺、民间文艺、戏剧等)、电视文学(含诗歌、散文、报告文学等)、电视小品等各种形式(图7)。它在丰富人民的文化生活、提高艺术欣赏水平、扩大知识领域方面有着重要作用。



图3 CCTV3标志

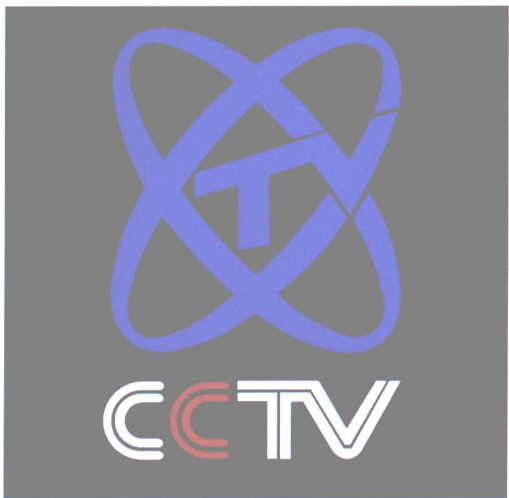


图4 中央电视台标志



图5 《新闻联播》



图6 《康熙来了》

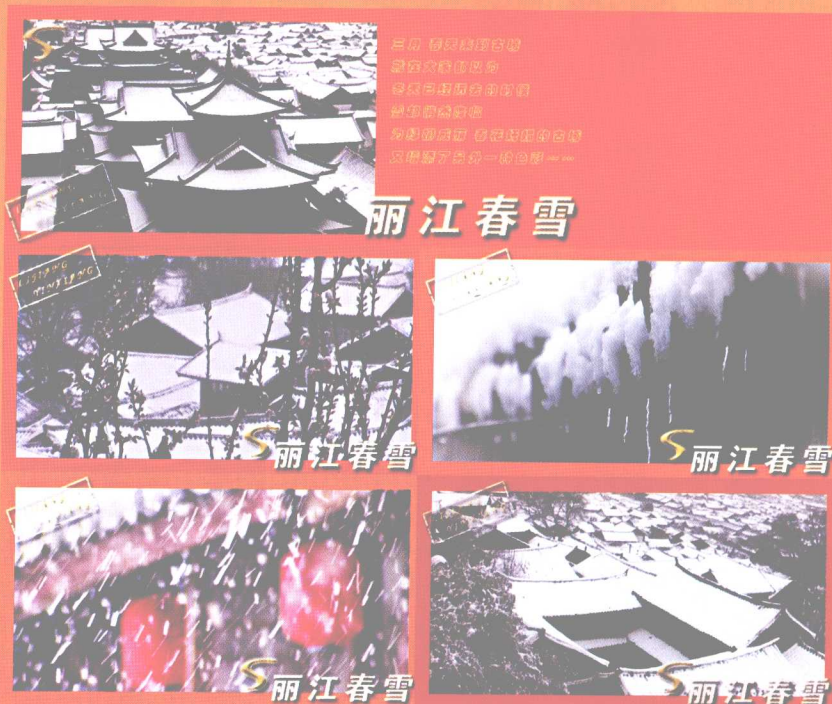


图7 电视诗歌散文《丽江春雪》



4. 电视专题片

电视专题片是指主题相对统一的电视节目(电视片)。它与综合类节目相对应,是电视节目的一种类型,在内容上能对主题做较为全面深入的反映,在形式上能集各种电视技术手段之大成,被认为是具有电视特色、较能发挥电视优势的节目形式。中央电视台著名节目主持人崔永元策划的《我的长征》(图8)便属于电视专题片。

5. 电视剧

一种以电视录像手段录制而成的、通过电视媒介播映声音、图像的新的叙事艺术形式。世界上第一部电视剧播放于1930年,中国的电视剧创作则始于1958年。由于电视剧制作便利,传播速度迅捷,综合性强,很快便显示出旺盛而丰富的艺术生命力。

6. 电视广告

用电视传媒作为传播手段的一种广告形式,一般分为公益性广告和商业性广告两种。公益广告是不以盈利为目的的公共服务性广告;商业广告又分为商品广告和形象广告,前者旨在推销商品,而後者的目的是树立企业形象,增强公众的认知度和美誉度,增强企业的竞争力,从而提高产品的市场份额。电视广告极具广泛性,有强大的感染力,并有“造梦”功能和引导性等特点。它能以一种更为感性的诉求方式深深地击中受众的内心,让受众具体直观地感受到一种不俗的生活情调与情感氛围,以达到对受众生活形态和消费观念进行多方面引导的目的。



图8 《我的长征》

课题一 电视编导通论

课题目标

- ① 了解电视编导的身份及工作的内容。
- ② 了解电视编导应该具备的素质。
- ③ 熟练掌握电视画面语言的相关知识。

知识点

一、电视编导的身份

在以文字和印刷为媒体的大众传媒中,采编人员基本上有两大类:一类是记者,一类是编辑。在电视界有记者这一人群,而很少有“编辑”这一称呼,常用的称呼是“编导”。电视拍摄制作还有自己的特点,它集采访、编辑、制作于一身,因而电视编导在创作集体中地位显得更为重要。电视编导是一个人数众多的群体,涵盖了除新闻消息类节目以外的具有一定的思想性、知识性、趣味性、娱乐性节目的编创人员。

二、电视栏目编导的基本原则

1. 电视编导的应变能力

要制作一档好的电视节目,必须有一个好的创意和一名优秀的编导。因为这不仅关乎节目的精彩程度,而且对一档节目的成败也有着举足轻重的作用。

以一档有着充分准备的新闻节目为例,只要新闻节目一播送出去,观众们就会很清楚地知道自己需要怎样的信息,并且能了解这些信息的来源和其中的深意。所以,一旦你开始了新闻播报,你对观众的控制力就很弱了,新闻播报的节目将自动地及时传达给观众。

另一种情况是节目在播出前几乎没有彩排时间,播出顺序又朝令夕改。如果一条重要新闻没能及时播出,编辑们将插播其他新闻,于是这条新闻将因被推迟播出或者因为时效性的迅速丧失而需要重新编辑。同时,大量新的信息接踵而至,这条被推迟播出的新闻往往很容易就被湮没了。在这种情况下,如果主持人和编播人员能够镇定自若、积极调整并通过多方努力将节目成功播出,坐在家里的观众将不会知道幕后的真相。

2. 电视编导的现场判断能力

成功掌控以上两种局面的关键是编导必须清楚下一步将会发生什么以及可能的选择有哪些。例如,你可以使用的录像素材有哪些?如果有现场的插播新闻进来,



是否可以使用?所有访谈的声音是否被检查过了?现场工作人员是否清楚下面将发生什么?主持人是否有最新的消息?编导要了解电视制作与播出的实施情况是怎样的,同时必须有多套方案以备不测。近年来,演播控制室已经变得越来越现代化和复杂化,包括时尚化潮流在内的很多非技术性变革也已十分普遍,因此编导必须有机敏的现场判断能力,并保持清醒的头脑才能应付自如(图 1-1、图 1-2)。

3. 电视编导的自我超越能力

写作的基础是材料,初学者的直接灵感通常来自自身的经历;因此,丰富的生活是必不可少的。但是,作家不能仅仅被动地等待经历的冲击,而应该自觉地让生活给自己留下内在的痕迹。为了获得必需的创作素材,必须对世界和生活的观察超前于眼前的现实和周围其他的人。作家必须具有天生的好奇心和求知欲,这可以使自己获得一种判断力,法国历史学家泰因称这种能力为“时代精神的温度表”。借助这种能力,他们可以预测出未来的时代,并时刻保持对现实的敏感洞察力和对历史的深刻理解力。这些能力是他们衡量自身经历所必不可少的。换句话说,他们必须具有摆脱自身局限的能力。完全依赖于自身经历的作者很快就会面临创作源泉枯竭的威胁,他们的作品必然流于空洞和乏味。同时,即使以作者个人经历为原型的作品,也必须赋予作品人物以鲜明而独特的个性和丰富而真实的生活。这些人物的情感和生活方式或许与作者本人大相径庭;但作为一个作家,必须具有反映社会生活的能力。

4. 电视编剧和编辑的语感能力

影视编剧(有些电视节目形式,编导是分为编剧和导演的)和编辑的工具之一是文字,他们必须把握运用文字的方法,具有判断作品语言是否通达顺畅的本领。他们在写作时,应时时意识到:自己正在写的内容是已经完成部分的自然引申和发展,是将要写作的内容的基础和铺垫。只有具备这种语感能力和自我反思的能力,他们作品的语言才能够保持整体性和一致性,未来的影视作品才能获得较高的质量。

5. 电视编导的基本技能与实践

编导必须学习掌握有关电视节目的知识和规律,学会如何达到媒体的特殊要求,并且可以发现哪一种电视节目形式表达何种意境最合适。通过学习这种技能,可以挖掘自身内在的潜力,使其得到充分的施展,从而掌握各种创作原则。比如:如何构思电视剧本,如何选择新闻素材,如何说服人们购买一种产品以及如何引起观众的哄堂大笑等。这样才会把握自我评价的标准,少走弯路、事半功倍地从事编导活动。

经验证明:实践是十分有效的学习。性急的年轻编导误以为某些技巧和公式可以适用于各种电视脚本的创意与编导。这种认识可能会将他们引上歧途,抑制他们的想象力,扼杀他们对新的表现方式的探索精神。技巧和公式不应成为禁锢人手脚的僵死教条。初学者有时需要模仿现成的模式,但是,他们最终必须通过实践形成自己的风格,才能成为一名称职的编导。



图 1-1 主持人杨澜



图 1-2 主持人群像

6. 电视栏目编导的创新意识

中央电视台比较火的栏目也常常“变脸”,虽然旨在不断调整栏目面孔以适应受众求新求变的收视心理,但却不同程度地坠入了一个缺乏品牌战略意识的怪圈,致使大量受到观众欢迎的栏目资源白白流失,这是值得编导们反思的。

电视栏目编导要坚持对于品牌栏目的准确定位,像“海飞丝”坚持“去头屑”这一洗发水的定位(图 1-3-1、图 1-3-2),“泸州老窖”坚持“400 年国酒传统品牌”的意识(图 1-4),都取得了很好的效果。

栏目的名字和标志设计要有后现代意识,注重感官愉悦、随心所欲、二元并存,在不对称和不和谐中力求有趣和复杂丰富的视觉冲击,能取得出人意料的美学效果。这就要求电视栏目编导把市场定位与理念创新作为前提,把管理经营与内容和队伍的创新作为关键,把品牌传播理念作为目标,才能使栏目不断创新、创设品牌、受众如蚁、常播常新。在这里,最重要的是个性化的创新思维,正如凤凰卫视台那样,坚持“你无我有,你少我多,你慢我快,你板我活”,因而做出了品牌,受到了两岸三地乃至东南亚受众的广泛欢迎。

在追求创新的过程中必须让电视节目有一定的创意。电视节目的创意是追求作品的原创性和创新性,就是在节目设计和创作时要独特地去发现和创造,要把本土的文化资源优势通过创新转化为节目优势,制作出合乎本土观众口味的、有市场竞争力的电视精品节目。

要有好的创意就要加强对原创节目的研发力度,不断提高节目的创新能力。要在节目内容、形态、表现手段、视角和包装上下工夫,使其有所发现、有所突破、有所升华。中央电视台的《魅力中国 魅力名镇》栏目(图 1-5),就是以立体的视角反映我国各具魅力的小镇的历史文化、风土人情、社会经济,给人以耳目一新的视觉享受,取得了较高的收视率。其成功的重要原因之一就是有一个好的创意,那就是对娱乐元素的运用和与观众的积极互动。



图 1-3-1 “海飞丝”洗发水广告



图 1-3-2 “海飞丝”洗发水广告



图 1-4 “泸州老窖”广告

魅力名镇 名镇选登



老街——东大街



枕水人家



渔夫晚归



第六界茅盾文学奖颁奖现场



俯瞰乌镇

图 1-5 《魅力中国 魅力名镇》

三、电视栏目编导的基本原则

电视栏目编导的基本原则讲求观众至上和目标性、创新性、效益性。

所谓观众至上,对于电视媒体来说,就是观众是母体、是上帝,谁获得了观众的欢迎,谁就会取得成功,观众是媒体生存的基础。因此必须了解观众的心理需求,这需要通过调查研究和问卷分析来作出科学判断(图 1-6)。

对于电视栏目编导来说,目标就是要不断创新,提高收视率,以实现其社会效益和自身价值的终极目标。

编导的创新就是要求新求变,不断地否定过去,敢为天下先。它是以市场调查为先决条件,以社会效益和经济效益为基础的(图 1-7)。

所谓效益性原则即指社会效益与经济效益的双赢,在社会效益与经济效益发生冲突的时候,不能够牺牲社会效益去赢得经济效益,那将违背电视编导的原则。



图 1-6 美国联播网



图 1-7 刘翔客串电视栏目