



全国高校素质教育教材研究编审委员会审定

—— 浙江省重点建设教材 ——

电视导演 基础

邵长波 著

DIANSHI
DAOYAN
JICHU



中国国际广播出版社

全国高校素质教育教材研究编审委员会审定

浙江省重点建设教材

电视导演基础

邵长波 著

中国国际广播出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视导演基础 / 邵长波著. —北京: 中国
国际广播出版社, 2008.1
ISBN 978-7-5078-2886-3

I. 电… II. 邵… III. 电视—导演—基础
知识 IV. J911

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第197387号

电视导演基础

著 者	邵长波
责任编辑	姚 兰
版式设计	张骥年
责任校对	李国强
出版发行	中国国际广播出版社(83139469 83139489[传真])
社 址	北京复兴门外大街2号(国家广电总局内)
	邮编: 100866
网 址	www.chirp.com.cn
经 销	新华书店
印 刷	三河市鑫利来印装有限公司
开 本	720 × 1020 1/16
字 数	358千字
印 张	18
印 数	5000册
版 次	2008年1月 北京第一版
印 次	2008年1月 第一次印刷
书 号	ISBN 978-7-5078-2886-3 / G · 1063
定 价	29.80元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究
(如果发现印装质量问题, 本社负责调换)

实施素质教育
培养创新人才

顾明远

中国教育学会会长
北京师范大学教育管理学院院长 顾明远教授 题词
北京师范大学博士生导师

目 录

第一章 电视是什么	1
第一节 大众第一传媒	1
第二节 大众艺术	6
第二章 电视编导概说	14
第一节 电视编导——一个新的职业群体	14
第二节 电视编导的素质	16
第三章 电视编导分类	23
第一节 电视编辑	23
第二节 导演演绎史话	25
第三节 电视导演工作	34
第四章 策划	40
第一节 节目策划的依据	40
第二节 节目策划	45
第五章 电视采访	55
第一节 采访前的准备	57
第二节 先期采访	61
第六章 编导艺术构思（上）	67
第一节 纪录片式节目	67
第二节 文艺类节目	72
第三节 音乐电视、音乐会和电视诗歌散文	87
第七章 编导艺术构思（下）	103
第一节 对电视剧编剧和导演的思考	104
第二节 编剧和剧作	108

第八章 导演的思维特征	122
第一节 电视导演思维的特征	122
第二节 电视导演构思: 布局	127
第九章 导演的前期工作	140
第一节 对电视场景的要求与选择	140
第二节 导演案头工作.....	143
第十章 导演与演员	152
第一节 电视表演的特点.....	152
第二节 选择演员	159
第三节 演员案头工作.....	168
第十一章 拍摄中的导演工作	172
第一节 电视剧的拍摄方式	172
第二节 导演特技切换台的操作技巧	180
第三节 导演现场执导.....	185
第十二章 叙事与表现	194
第一节 蒙太奇和蒙太奇的构成元素	194
第二节 造句	198
第三节 蒙太奇的叙事和表现作用	207
第四节 镜头内部蒙太奇.....	212
第十三章 导演场面调度	218
第一节 电视场面调度概述	218
第二节 综艺晚会的场面调度	233
第三节 场面调度的原则.....	237
第十四章 导演创作风格	243
第一节 电视剧的导演风格	243
第二节 电视文艺晚会的导演风格	250
第三节 新文艺形态——方兴未艾的娱乐节目	261
第四节 纪录片的导演风格	272
后记	280

第一章 电视是什么

电视是什么？这个问题似乎提得挺怪，也似曾在哪儿见过。1951年安德列·巴赞等人创办了一份著名的杂志《电影手册》。巴赞在上面发表了一系列有关电影理论的文章，后来收集在一本书里，书名叫《电影是什么》。这本书对电影的本性、电影语言的演进、当代一些著名导演的作品等有关电影特性的理论和实践问题进行了探讨。在这里，我们借用这种提法，来探讨一下电视的特性。

作为一本写电视导演的书，首先应明白电视所具有的大众传媒属性。

第一节 大众第一传媒

电视究竟是什么？它究竟有什么样的属性？要弄清这个问题，首先要弄清它的来历。

一、电视的来历

早在19世纪80年代，德国柏林大学的学生保尔·尼普可夫在上物理课时通过小孔成像的原理，产生把映像分成单个像点，然后借此把人或景物的影像传播到远方的想法。随后，他设计了一架叫“电视望远镜”的仪器。1884年1月6日，他向柏林皇家专利局申请，专利书上第一句话写道：“这里所述的仪器能使处于A地的物体在任意一个B地上被看到”。一年后，1885年1月15日，这个专利被批准。从此，“电视”这个词诞生了。在20世纪20~30年代，美国人将希腊文中的TELE——“远”字和拉丁文的VISUS——“视”字合成一个新的英文单词：TELEVITION，意为“看见远方的图画”。尼普可夫的这个发明，又经过欧美科学家的一系列发明之后，解决了光电转换，完成了摄像管、电视机和远距离传输等一系列技术难题，使电视走进了传播领域，成为影响20世纪人们生活方式的威力巨大的传播媒体。

电视作为传播媒体的特性是逐渐被人们认识的。

1929年3月，英国BBC公司在伦敦开始试播无声图像。1936年11月2日，英国BBC公司在伦敦以北的亚历山大皇宫建立的电视台开始定时播出节目，这是世界上第一座正式的电视台，这一天被世界公认为电视传播的生日。

但这一点不是没有争议的。1935年3月22日，纳粹德国为了实现“德国是

世界上第一个电视国家”的意识形态宣传目的，开播了“世界第一期定期电视节目”。

1936年柏林夏季奥运会，实现了世界上第一次大规模电视节目播出，总共有16万人通过电视观看了奥运会的比赛。撇开其意识形态宣传的目的，这是对于电视功能的首次大规模实验。当时一共用了四台摄像机：一台是佐沃利金发明的全电子摄像机，使用25 cm、90 cm、160 cm焦距的三个可更换的镜头（当时还没有变焦镜头）。其中160 cm焦距镜头长达2.2 m，重45 kg，像一门大炮，放置在跑道上，用五个人操作，人们称之为“电视炮”。一台摄像机拍马拉松比赛，一台拍游泳比赛。在四台设备中，有一台是双片法的胶片摄影机，用于拍外景。双片法的优点是可以在15~85秒钟立即显影，对湿的胶片可以实行电子扫描。虽然当时只有这四套设备，却进行了每天长达8小时的实况播出。柏林奥运会不仅是第一次大规模的电视节目播出，也是首次用电视这个媒体对奥运会实现了转播，开创了奥运会电视转播的先河。纳粹德国只是强调它的政治意义，其实真正的意义在于传播学上，即电视作为一个全新的媒体有了进入公共传播的可能性。

1939年，美国RCA无线电公司在纽约举办的世界博览会上实现了电视实况转播，美国总统罗斯福在电视摄像机前致贺词。

当时，欧美一些发达国家对电视传播作为一种新的大众传播工具有了一些初步的认识。1940年，美国联邦传播委员会（简称FCC）采纳了有关这个新兴传播媒介的统一规格问题的建议，联邦传播委员会在广播业制造协会的支持下，创立了国家电视委员会（简称NTSC），这是世界上第一家政府组织的协调电视传播的机构。在这个委员会的规划下，美国联邦传播委员会于1941年7月1日制定了美国电视制式的技术规则，即至今在一些国家沿用的NTSC电视播出的制式，这一年，美国联邦传播委员会正式批准了设立在纽约美国国家广播公司（NBC）所属的WNBT电视台、哥伦比亚广播公司（CBS）所属的WCBW电视台，从而奠定了沿袭至今的美国商业电视的基础，同时把电视作为一种新的大众传媒形式固定下来。

电视成为大众传媒得到了认可，但是，它不像报纸刊物那些新闻纸那样成本低廉，也不像收音机那样能使一般平民百姓消费得起，电视要超过这些媒体，在二战以前是不可能的。在战后的20世纪50~60年代，虽然在欧美一些发达国家，黑白电子管电视机有一定拥有量（1958年全世界拥有7600万台电视机），但其中半数在北美。就全球角度来讲，第三世界国家连收音机都未普及，电视也不可能超过报纸和广播成为第一媒体。

1948年美国贝尔实验室宣布发明了半导体，为电子传播带来了革命性的变化。20世纪50年代初期，美国联邦传播委员会组成了彩色电视委员会（NTSC），改良了无线电公司（RCA）的制式为美国彩色电视标准，1954年，美国国家广播公司（NBC）正式以此为标准播出彩色电视。美国彩色电视的发展，刺激了电子事业先进的国家。（联邦）德国对美国NTSC的标准在技术上加以改良，提出了不同于美国的PAL制式。由于PAL制式技术上的先进性，大多数西欧国家采用

了这种制式，而法国也研究发展了 SECAM 制式，并和前苏联签定了“法苏彩色电视条款”，使这种技术上并不先进的制式在东欧和非洲一些法语国家得以实行。虽然三种制式互不兼容，但并未妨碍彩色电视的发展。1980年9月，据美国《电视真相》杂志统计，仅美国就有15 600万台电视机，前苏联拥有7 000万台。到二十世纪八十年代，全世界已拥有46 500万台，数量的大幅度增加，使越来越多的人能从电视中接受信息。

二、中国电视发展史话

我国的电视事业是1958年开始的，这一年5月1日，中央电视台的前身北京电视台开始实验性播出，同年9月2日正式播出。

当年，上海电视台、哈尔滨电视台（前黑龙江电视台）相继成立。1960年，全国一些大中城市的电视台已达29座，但后来因为种种困难，到1963年，大中城市的电视台只剩下8家。

电视传播在中国的第一次亮相，便开始以新闻媒体的面目出现。1958年“五·一”这一天，播出了中国新闻纪录电影制片厂的纪录片《到农村去》。5月15日，开始自办新闻节目“图片报道：东风牌小轿车”。

由中央电视台记者孔令铎、李华拍摄的第一部中国电视新闻片，是用16 mm摄影机摄制的《中共中央理论刊物〈红旗〉杂志创刊》，在1958年6月1日首播。

1958年10月1日，首次转播了天安门广场的国庆游行。这是中国电视史上第一次大规模的实况转播。

1960年元旦，设立固定的《电视新闻》栏目，这是电视在中国真正成为新闻媒体的标志。

但当时由于人民的物质生活水平的限制，普通老百姓的收入仅能糊口，电视机价格昂贵且产量很低，因此限制了电视作为新闻媒体的传播效果。

党的十一届三中全会确立的“一个中心、两个基本点”的基本路线，特别是改革开放以来，人们的物质文化生活水平的快速提高，为我国电视传播业的大发展提供了契机。

1978年5月1日，经中共中央批准，北京电视台改为中央电视台，呼号CCTV。

1978年元旦，在中国有了《电视新闻》栏目之后18年、中国电视诞生20年之后，通过贯通全国的微波线路，开办了《新闻联播》栏目，1996年实现直播。中国电视新闻经历了三个阶段的变化：从16 mm摄影机到摄像机（ENG方式）；从录播到直播；从单个报道到全方位、立体化报道；从单兵作战到大兵团作战。

1984年中央电视台经济部成立。

1985年1月《经济半小时》创办。

1987年2月《经济信息联播》开播。央视二套节目开始从综合频道向以经济栏目为主的频道节目转变，这为中国电视的频道化经营进行了尝试。

1987年开办《广而告之》——最小的栏目：公益广告。

1992年央视四套节目向海外播出,这是我国第一个向国外传播电视节目的专业频道。

1993年5月1日清晨6点钟,出现了一档早间电视节目《东方时空》。《东方时空》结束了中国人早上不看电视的历史,它改变了中国人“早上听广播、白天看报纸、晚上看电视”的接受信息的时段模式。电视成为人们日常生活任何时段都不可或缺的精神食粮和信息来源的主要渠道。电视开始成为强势媒体,占据了人们的生活空间。

在众多的电视新闻栏目中,《焦点访谈》、《实话实说》、《新闻调查》成为20世纪末中国电视与世界电视对话的优秀栏目,也是中国电视与世界接轨的重要标志。

1995年1月1日,中央台体育频道开播。体育频道使中央电视台成为世界上屈指可数的有体育频道的国家级电视台,它也标志着频道改革完成了最初的布局。

1998年中央电视台国际频道进入国际互联网。

1998年中央电视台第一次派出摄制组远赴伊拉克,到热点地区,通过卫星向国内传回中央台记者的现场报道。中国中央电视台开始展现出一个世界大台的风范。

我们电视事业的发展,从20世纪80年代四级办广播电视的方针确立,到1995年,全国“无线电视台和有线电视台多达2 000家,混合人口覆盖率是83%,电视机社会拥有量超过2.5亿台”(刘习良《94全国电视社教节目评奖会上的讲话》)。90年代,我国每年生产电视机3 000万台以上,现在我国已成为世界最大的彩电生产国和出口国。

从20世纪90年代末启动的“村村通”工程使电视传送覆盖了我国城乡的所有角落。2004年中宣部和广电总局的“电视进万家”活动,使成千上万的老少边穷地区的困难家庭也看上了电视。电视覆盖了中国几乎所有的角落,电视作为传播信息的主要工具的作用日益凸显出来。

进入21世纪以来,短短的几年间,在有线电视网于全国城乡全面普及的基础上,有线数字电视、多媒体电视的网络传输在大城市开始普及,高清数字电视开始进入百姓生活。

2005年成为电视与网络结合年,CCTV成立网络频道。电视从20世纪90年代末进入互联网,由在网络上发布节目预告和各类信息到在网络上播出节目,说明电视传播已步入了电视与网络之间全面渗透、共存共荣的一个新阶段。

2005年电视传播开始进入了手机等移动通讯领域。

2008年奥运会,中国电视将全面进入数字化时代,全部奥运转播将实现数字化播出。

电视传播深入到人们生活的各个领域,成为影响人们生活的一个不可替代的现代传播媒体。

三、电视在传播媒介中的地位与作用

我们是从人们获取信息的渠道,来看人们对不同媒体的信任度和依赖度。对

从媒体上获取信息的信任程度上, 1964 年美国诺普尔曼资料公司 (ROI) 的调查结果如下:

	电 视	广 播	报 纸
1959 年	29%	12%	32%
1961 年	39%	12%	34%
1963 年	36%	12%	34%
1964 年	41%	8%	23%

从消息来源上, 美国诺普尔曼资料公司 (ROI) 的调查结果如下:

	电 视	广 播	报 纸	杂 志
1964 年	58%	26%	56%	
1971 年	60%	23%	48%	5%

调查结果表明, 从人们获取重要消息的来源上, 1964 年报纸与电视平分秋色, 1971 年报纸就将第一把交椅让位于电视。这种比例到 1982 年基本没有太大变化。从上述统计数字我们可以得出这样的结论: 至少是在西方主流国家, 电视已经取代了报纸而成为第一大众传播媒介。

在我们国家情况又是如何呢? 1986 年中央电视台对人们的重要消息来源问题进行了一次社会调查, 并针对前两年的调查结果进行了统计对比, 结果如下:

	电 视	广 播	报 纸	杂 志	交 谈
1984 年	25.09%	29.19%	40.00%	2.86%	0.99%
1986 年	64.72%	9.94%	22.36%	1.86%	2.48%

调查结果显示, 1985 年是一个重要的转折年。1986 年人们从电视上获得的重要消息开始超过报纸, 特别是一些国内外的重大新闻都是从电视上获得的, 而且近年来电视受到各级党和政府越来越多的重视。

20 世纪 90 年代, 党和国家以及人们的政治、经济、文化生活的各个领域的大事开始通过电视进行同步转播。1993 年 5 月 1 日清晨, 《东方时空》的开播, 电视开始侵入到广播。早上原来是人们从广播接受信息的时段, 每天从清晨到深夜不间断地视听觉轰炸, 电视成为占领人们整个生活时段的强势媒体, 1997 年香港回归 72 小时不间断报道, 1998 年长江截流、黄河小浪底合龙, 1999 年澳门回归, 直至 2003 年神州五号和 2005 年神州六号载人航天飞行, 2007 年 10 月嫦娥一号的探月飞行, 以及美国“9·11”事件和美、英联军进攻并占领伊拉克等国内外大事, 都是通过电视直播使人们与事件同步了解到各类信息的。

现在, 各级党政部门不仅首先通过电视来发布消息、引导舆论, 甚至党和政府的决定、政令、法规都要通过电视来发布。各级领导越来越重视办好电视, 各种会议和活动都千方百计请电视台记者参加。电视记者们成为记者群中最引人注目的职业群体。

第二节 大众艺术

电视作为一个新兴媒体,从一诞生开始,人们就发现它的多种传播功能。除了传递信息的功能以外,人们已经注意到它可以作为各种娱乐形式的载体,特别是它具有电影的表现手法和特征。直至今日,国外一些著名的电影导演仍然坚持这种看法。意大利著名导演罗西里尼认为:“在电影和电视之间,毫无差别而言,不论银幕是大是小,我想的、说的和做的都是同样的事物。”电视如同电影的这种艺术功能,一开始就受到重视。

与电影同为视听艺术的电视,早在它的发展初期,人们就开始探索一种完全有别于影剧院的视听艺术。当然,一开始还没有认识到这种艺术对家庭及各年龄层的人的影响,只是尝试着把电影院搬在家里。1929年,英国BBC开始试播无声图像,播出的第一部电视剧是《女王的信使》,它不像是电影,而是一组连环画似的照片。1930年,BBC第一次声像播出了皮兰德罗写的电视剧《嘴里叼花的人》,这应该是世界电视史上第一部电视剧。

1958年,中央电视台的前身北京电视台(不是现在的北京电视台)成立了,在简陋的演播厅里,用国产摄像机实况播出了中国的第一部电视剧《一口菜饼子》。这个具有代表性的早期电视剧完全不同于电影,倒跟舞台剧是近亲。它采取了戏剧的结构方法,有开端、发展、高潮、结局,遵守话剧的“三一律”原则:时间、地点和人物动作的同一性;但也不完全同于话剧的实况转播,主要有导演的分镜头处理,同时是采取直播形式,完全是电视台自己创作的文艺节目。实际上,目前电视台不少话剧的实况转播,导播也决不会用一个全景的景别进行转播,也要进行分镜头处理,甚至有时不在剧场,而是把剧团请到演播厅里,所以这种早期演播厅里直播的电视剧同话剧的区别不大。这一时期的电视剧以及电视文艺类节目很难找出自己的特点。

的确,电视文艺,特别是电视剧一开始并没完全形成自己的个性,正如美国学者L·舒尔策指出的:“电视片这一称谓一出现就因受到批评界广泛而激烈的抵制而显得特别引从注目”。^①

最主要的指责认为是电视片被看成“电影业的继子”,1969年,电视评论家朱迪思·克里斯特撰文指出:“电视片如果用影院尺度衡量……恐怕连B级都达不到”。电视片中绝大多数是“伪劣产品”。这是因为电视台为应付每日的大量播出,把那些电影院里卖不出座的影片或一些人们早已看腻了的影片拿出来播放,加上一些早期电视剧成本低廉、质量粗糙,确实使电影业对电视片不屑一顾。

^① L·舒尔策. 为电视台摄制的影片:产业运作、文化形式、大众观念.《世界电影》,北京:中国电影出版社,1997(3)

批评家的批评是一回事,电视台的播出是另一回事。因为电视台有电视台的尺度,在自己不能生产足够的电视节目以充斥全部播出时间以前,也只能如此而已。

下面,我们有必要简单回顾一下代表世界电视发展史的美国电视节目的发展情况。

美国三大电视网的美国广播公司、哥伦比亚广播公司、全国广播公司所属的电视台播出的各种剧情片开始是电影故事片。1950年,美国好莱坞各制片厂准许各地电视台播放它们的一些老片子,1955年,这些剧情片已成为地方电视台节目的主体。20世纪60年代,好莱坞开始真正进入电视界。到70年代初,美国三大电视网每周有10次“电影之夜”,专门播映近期拍摄的新片。这一阶段,电视台播出的大量剧情片都是电影院里放映的影片。

由于播放影片,特别是新片,价格昂贵,比如美国广播公司为放映《桂河大桥》竟付给电影厂200万美元。好莱坞的贪得无厌,使电视台利润减少,于是电视台开始委托电影厂专门摄制电视里播放的剧情片。1965年,美国好莱坞之外的一家尖端人才经济公司的专门为电视台生产资料片的MCA公司,同全国广播公司签约,专门生产供电视台一次播放的电视剧情片。1966年,MCA公司的环球公司生产的第一部电视剧情片《声誉是游戏之名》,被美国批评家帕特里克·麦吉利根称为:电视网向好莱坞正剧片发出的“独立宣言”开始生效。这些专门为电视台制作的影片获得了极大的成功。到20世纪70年代初,电视片的生产成倍增长;但我们所称的连续剧还不多,长度2小时、制作费用200万美元的电视片仍占主导地位,然而一些成本极高的大制作却创造了较高的收视率,如1977年拍摄的电视连续剧《根》,就创造了极高的收视率。这一时期,电视剧占据了黄金段,取代了好莱坞的影片。美国广播公司制作的纪录片《布赖恩之歌》雄居10部在电视播放的影片(自然包括在电视上播放的电影)之首,获得美国电视最高大奖“艾美奖”,并得到评论界一致好评。

国外这些现象在我国也大同小异。

1980年以前,我国电视界每年生产的电视剧很少,各级电视台主要以播老故事片为主。改革开放初期,进口了一些国外电影厂为电视台专门制作的片子,如美国系列片《大西洋海底来的人》、《加里森敢死队》等,这些档次不高的作品却给我国当时节目匮乏的荧屏带来了热点。《加里森敢死队》播出后受到公安部门的指责。影片描述了二战期间美国军方将一些收监的小偷、罪犯派到欧洲前线,从事敌后的各种特工活动。片中一些作案手段不仅为人效法,甚至在全国出现了一二十个以“加里森敢死队”命名的盗窃团伙。中央电视台本想丰富匮乏的荧屏,不料却给社会治安带来副作用,影片播了十几集后不得不中途停播。也有一些进口电视剧在全国产生巨大反响,如香港连续剧《霍元甲》便使得万人空巷,一到这个时间人们便早早坐在电视机前,翘首以待。

1980年前后,以《三家亲》、《有一个青年》为代表的一批以ENG方式拍摄的国产电视剧出现在屏幕上,引起观众的关注。

1982年举办了电视剧展播,评选出国产优秀电视剧,《有一个青年》等获奖。

1982年,中央电视台举办第一届全国电视剧编导学习班。夏衍到会,对中央电视台第一部有影响的电视连续剧《敌营十八年》提出批评。

1983年,由导演黄一鹤提议举办《春节联欢晚会》,采用现场直播形式,从此“春晚”成为中国人的一道年夜饭和精神大餐,全国形成了过年吃饺子,看晚会的新民俗,“春晚”也成为最有中国特色的唯一进入世界吉尼斯纪录的中国电视节目。

1992年首次举办了“3·15”(国际消费者权益日)晚会——《消费者之友晚会》,开创了专题晚会的先河。这台晚会将文艺节目、权威部门发布各类消息、新闻监督三者结合起来,构成了专题晚会的模式,从而形成中国电视晚会的三种模式:综艺晚会:以春节联欢晚会为代表,由电视台主办的直播或录播节目;专题晚会:以“3·15”晚会为代表,将文艺与社教、新闻等专门话题相结合,由电视台与政府或行业主管部门合办;音乐会和各类开幕式演出:如新年音乐会、杭州一年一度的西湖博览会等,电视台主要承担转播任务。

2003年,全国电视剧的产量达到489部10381集,每年增加1000集以上,到2007年达到17000集。题材从古至今,并生产出由中国人编导制作的外国名著改编的电视剧,艺术质量也不断提高。电视文艺尤其是电视剧所显示的强大生命力和巨大社会作用,使我国电视界同国外电视界一样开始从这些社会现象入手,研究观众的心理与社会需求。美国电视界为争夺观众,电视台往往喜欢选择以家庭伦理道德等全社会普遍关注的问题为内容的剧情片。“特别是情节剧,它是在讨论人们的社会问题时首选的虚构语境。”^①这种现象引起了一些西方学者的兴趣:马里尔认为是涉及了“更成熟的主题”,惠特尼将其贴上“社会片”标签,麦吉利根称之为“公益剧”,这种电视片的作用相当于一个探讨“恼人的”社会、道德问题的“大舞台”。正因为如此,这类专门为电视台制作的影片或者我们所谓的电视剧,“赢得最大多数观众,其收视率有时甚至会超过声势浩大的正剧片”(舒尔策语),而成本却低于购买好莱坞电影播映权的费用。针对这种现象,一种新的关于电视媒体属性的观点出现了。美国学者惠特尼反复论证“电视片可以作为大众艺术来播映”的观点。从这点出发,就很容易产生下面的看法:“电视片主要依靠家庭情节剧和浪漫爱情,偏重家庭题材,对女主角和女明星情有独钟。这一切确实对被称作女性叙述形式的东西有所倾斜。”(舒尔策语)不错,世界上许多国家的电视剧的选材确是如此,除了大量反映社会问题的内容外,对女性话题大做文章,用来吸引观众,尤其是女性观众。20世纪80年代引进的巴西连续剧《女奴》以及我国较早拍摄的家庭伦理剧《渴望》,1997年播出的《香港的故事》,1999年最吸引女性观众同时也让男性观众瞩目的两部女性题材的电视剧《牵手》和《姐妹——外来妹第二部》,根据琼瑶同名小说改编在全国产生巨大反响的古装电视剧《还珠格格》,央视根据前苏联作家同名小说改编的电视连续剧《这里的黎明静悄悄》

① L·舒尔策. 为电视台摄制的影片:产业运作、文化形式、大众观念.《世界电影》,北京:中国电影出版社,1997(3)

悄》，2005 年热播的韩剧《大长今》，进入 2005 年国产电视剧十大排行榜的张扬女权主义由蒋雯丽、那英等主演的《好想好想谈恋爱》，由赵薇主演的根据林语堂同名小说改编的《京华烟云》，都明显地看出这种以女性话题吸引观众的价值取向。甚至同一题材，在不同国家不同文化背景下还会上演不同的版本，日本电视剧《血疑》、韩国的《蓝色生死恋》和我国的《蝴蝶飞飞》，类似的创作手法，故事情节大同小异，一次又一次同一题材花样翻新，令少男少女唏嘘不已。美国一些评论家甚至对女性观众说：“为了痛痛快快地哭一场，人们应该去看电视里每周一部的电视片。”日常生活中，女性总是比男性更容易对电视剧着迷。首尔大学医院的权俊寿博士通过功能性磁共振成像测试比较发现，女性的感情细腻，更能理解电视剧中人物的感情变化，并被电视剧所感染，这也是女性尤其喜欢看电视剧的原因。韩国诚信女子大学女性学系教授韩贞媛指出，女性会在看电视剧时把自己当作剧中人物，随情节发展而喜怒哀乐，并从剧中人物的经历得到启示，获得日常生活中所无法感受到的间接经验。有些具有一定新闻属性而又有一定艺术特征的专栏和杂志类节目，也在对女性话题大做文章，如《半边天》就是一个纯粹的女性世界。电视剧情片和各类电视节目把电视作为“大众艺术”的观点发挥得淋漓尽致。以女性选秀为主旨的节目层出不穷，从央视的《青春中国》、《黄金搭档杯 CCTV 模特电视大赛》到地方台的《汽车模特大赛》，女模特选秀节目一个接一个，令人目不暇接。2005 年湖南卫视《超级女声》海选，虽然全国只有 6 个赛区，但竟有十几万女性报名，海选震动全国，总决赛有 4 亿人次收看，收视率超过了一年一度的中央电视台的《春节联欢晚会》，通过电视与手机、网络和报刊的互动，成为当年炒作最成功的女性话题。“超女”、“PK”成为当年影响最大的新话语。2005 年《超级女声》开创了一个新时代：“一切观众说了算”的“大众艺术”新标准。2005 年《超级女声》的广泛影响和节目后续影响的不断升温，使电视文艺的社会影响力已经超出文艺本身的界限，成为人们社会文化生活的组成部分。电视特别是电视文艺已成为社会生活的重要内涵。

电视到底是什么？我们又回到本书一开始的问题。首先，电视不是电影，与电影有许多方面是不同的。从电视的起源来分析，电视的近亲不是电影，而恰恰是广播。英国最早办电视的是 BBC 公司，它本身就是一家无线电广播公司，世界各国也都是广播公司办电视。在节目设置以及节目制作上，电视更贴近广播，而不是趋向电影。其深层次的原因是因为电视的媒体特性更接近广播而不是电影，甚至电视剧也是如此。

电视不仅表现出与广播的某些相似性，同时也表现出以下的它自己的一些属性：

1. 播出时间固定化。电视节目播出表的安排是吸取了广播的优点，使观众可以在固定的时间收看自己喜欢的节目，既为观众提供了方便，也固定了观众群，而电影的放映，任何一家影院都无法做到这一点。

2. 栏目化。广播节目的最显著特征是节目的栏目化，我国各级电视台

基本上做到了栏目化。栏目化开始于 20 世纪 80 年代初,中央电视台 1991 年就开设了 80 多个专栏,到 2006 年,随着播出频道的增加和播出时间的延长,增加到 406 个栏目,目前专栏还在增加。

3. 节目的连续化。连续化特征分两类。一类是节目的连续化,如几十集上百集的电视连续剧、电视系列片,在指定时间、指定栏目中播出。一些大型的连续节目可以达到几百期甚至长年坚持下去。为庆祝 1905 年第一部中国电影《定军山》的拍摄——标志中国电影诞生 100 周年,从 2005 年初开始,中央电视台最有影响的栏目《实话实说》的创始人崔永元创办了一档极有特色的特别节目《电影传奇》,每周末晚上 6 点 30 分播出一期,每期讲述一部国产电影和这部电影背后的故事,共播出了 100 集。

另一类是同一类节目的连续化,如《东方时空》从 1993 年 5 月 1 日清晨 6 点开始播出第一期节目,时至今日,十几年如一日,一年 365 天,天天不断。尽管每期内容在变,但形式上基本一致。电视节目连续化的特点也是从广播节目中借鉴而来的。

4. 节目包装的统一化。在同一类节目中,包装和表现形式大体一致,比如,使用同一个或几位主持人,节目样式也大体一致。1994 年央视一套每晚推出的名牌专栏节目——从 19 点 30 分开始的新闻评论节目《焦点访谈》和 22 点的《新闻调查》,此外还有益智类和竞技类的节目《开心辞典》、《幸运 52》、《梦想中国》等,还有从 1993 年开播至今的《东方时空》,都是以相同的包装和表现形式出现的。

5. 节目频道专业化。电子传媒类现代媒体的发展表现在时间与空间形式两个方面的扩张。

播出时间的延长,从 20 世纪 80 年代初每天的几个小时,延长到全天 24 小时的不间断播出。

在空间形式方面的扩展,除了频道内的纵向时间扩张外,还形成了频道与频道之间的空间扩展,央视 20 世纪 80 年代只有两套节目,到 2004 年形成了以第一套综合频道为龙头,其他 15 个专业频道相互支撑,门类趋于齐全,服务领域广泛,覆盖国内国际的频道格局。除了 16 个开路电视频道外,中央电视台还开播了 10 个数字付费电视频道和 2 个海外播出平台,节目覆盖全球,落地 120 多个国家和地区。

空间形式的扩张还表现在电视领域之外,央视 2005 年开播了专门的网络频道,至 2006 年,据央视国际网络统计,CCTV 406 个电视栏目主要内容及其主创人员信息已实现网上传播,已上网栏目达到了 268 个,每年网络与电视在重大事件、大型活动、各类晚会、电视大赛、体育赛事、特别报道等项目上直播互动 200 多场。至此,中央电视台的频道专业化布局宣告完成。此外,有些地区还开办了手机频道。各省市电视台也都形成了六七套界限明显的专业频道。频道的扩展不再是量的简单复制,而是节目内容的专业化分组。21 世纪初,电视节目频道的重

组是电子传媒的一个新的发展趋势。知识经济的发展要求媒体的专业分工更加细化,收视人群的分众化也要求各个频道不能形成大一统、小而全的传统思维模式,频道之间的区分度明显加强,形成了频道之间不同的专业特色。过去频道之间你中有我、我中有你的节目形式与内容雷同、区分度不明显的现象将不复存在。

6. 专业频道品牌化。电视节目频道化使节目与节目、栏目与栏目、频道与频道之间形成了明显的区分度,也就容易形成频道之间、栏目之间的特色。2005年在完成电视频道布局之后,中央电视台又提出“专业栏目品牌化”的发展战略,使频道和节目之间“定位更准、栏目更精、影响更大、创收更多”,促进各频道成功改版,使所播出的节目和众多的栏目更为观众所喜爱。

当然,我们还可以举出电视和广播很多相似的特征,相似的原因归根结底是它们的媒体特征相似。广播和电视都可以通过无线、有线、卫星、网络等方式进行传播,它们的管理体制是完全一样的,这些都进一步证明电视更接近广播。

上述电视与广播的相同特征说明了电视与广播的亲缘关系。

另外,从受众的接受方式上看,电视也具有广播的特性,而不同于电影。电影是公共场合的媒介,它的大银幕特性使它更适合在大环境下放映,比如影剧院、广场等公共场所,尤其是宽银幕电影更是如此。如果家庭有较大的空间范围,也不排除可以在家里放电影,但那毕竟不是普遍现象。当然,在电视节目中不排除可以放电影,电视上的电影已完全没有了看电影的那种感受,如同观赏一部电视剧,绝无在电影院观看那种心情。收音机和电视机则更适合个人和家庭使用,每一个受众要接受的信息和内容不尽相同,所以受众使用时往往选择自己喜欢的节目。放电影则不一样,内容往往是固定的,个人必须服从公众,只有两种选择:看与不看。

电视与电影这种小屏幕与大银幕形成的视野上的差异,也形成了电视导演、摄影与电影不同的特点。由于电视屏幕上的形象比电影小得多,分辨率也低得多,因此美国评论界认为,电视从导演角度比银幕形象更少细节刻画,而从摄影上,中景和特写占主导地位,还倾向使用浅焦。与电影相比,电视的场面调度几乎没有(当然不可能完全没有,只是相对而言,本书对电视的场面调度将作专门的探讨)。尽管电视有如此多的局限,但这种局限中也孕育着一种新的美学。

霍勒斯·纽科姆在《走近一种电视美学》一文中,提出电视美学的原则之一是“亲近感”,这种风格上的亲近感是与电视屏幕狭小的幅度和电视观看的常规相适应的:电视是在家庭的私人空间里观看的。电视片这种亲近感原则以及各种叙事方法,尤其集中在那些个人故事中。

看电视与看电影的另一个不同点是观众的注意力具有间歇性。约翰·埃利斯在《视觉虚构》一书中提出一种“瞥视规则”的观点,看电视时受其支配,而电视的声音是清晰的,甚至不看屏幕也可以了解内容。所以电视强调音响,以此吸引观众目光并传递信息,而看电影时观众会全神贯注地盯着银幕。由于这种原因,电视比电影更多地依赖对话。