

21 世纪广播电视系列丛书

丛书主编 欧阳宏生

电视传播 形态论

Dianshi chuanbo xingtailun

童 宁/著



四川大学出版社

21 世纪广播电视系列丛书

欧阳宏生 主编

电视传播形态论

童 宁 / 著



四川大学

责任编辑:徐 燕
责任校对:成 杰
封面设计:刘梁伟
责任印制:李 平

图书在版编目(CIP)数据

电视传播形态论 / 童宁著. —成都: 四川大学出版社,
2003.4

(21 世纪广播电视系列丛书)

ISBN 7-5614-2614-3

I. 电... II. 童... III. ①电视节目-制作-研究
②电视(艺术)-艺术构思-研究 IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 024470 号

书名 电视传播形态论

作 者 童 宁 著
出 版 四川大学出版社
地 址 成都市一环路南一段 24 号 (610065)
印 刷 华西医科大学印刷厂
发 行 四川大学出版社
开 本 850mm×1 168mm 1/32
印 张 10.625
字 数 250 千字
版 次 2003 年 4 月第 1 版
印 次 2003 年 4 月第 1 次印刷
印 数 0 001~4 000 册
定 价 19.00 元

版权所有◆侵权必究

◆读者邮购本书,请与本社发行科
联系。电 话:85408408/85401670/
85408023 邮 政 编 码:610065

◆本社图书如有印装质量问题,请
寄回印刷厂调换。

◆网址:www.scupress.com.cn

总 序

·欧阳宏生·

新千年伊始，对于地球村的现籍居民来说，无疑是一大幸事。从跨世纪豪情的抒发到千年虫困扰的解除，村民们的世纪情结和千年之禧正化作与时俱进的动力，推动着世界政治、经济、文化的可持续发展。

中国特色社会主义的基本特征表现为以民为本、市场经济、共同富裕、中华文化和民主政治五个方面。不难发现，这些特征，均与广播电视传播息息相关。作为广播电视理论工作者，我们的心田里涌动着回顾既往、前瞻未来，以图开拓创新的历史责任感和神圣使命感。

与时俱进，首先得识“时”，正所谓识时务者为俊杰。

识时务，既离不开继往，更必须开来。

继往，就需要总结上个世纪广播电视的实践经验，继承广播电视理论的已有成果。作为 20 世纪的一门新兴学科，广播电视学是相当年轻的；作为人类文化长河中的一朵璀璨浪花，广播电

视传播的内容又具有源远流长的特点。在回顾既往的过程中，我们理应将现实主义的人文精神同深邃的历史文化眼光相结合，借鉴中华民族数千年的历史经验和人类文明的优秀成果。回顾国际广播电视传播的全部历程和中国广播电视事业半个世纪左右的发展道路，无论是成功的经验还是失误的教训，都可以并且应当成为我们继续前进的有益镜鉴。

开来，则需要认清当前之大势。经济全球化大潮所带来的，不光是 WTO 的游戏规则，而且有数字化的传播技术和先进的广播电视设备，更有市场化的运行理念和多元化的操作形态，其中不免利弊兼有、瑕瑜互见。行业集团化的趋势，在整合广播电视资源的过程中，既起着优化配置的正面效应，又难免产生制约竞争和发展的负面影响。如何趋利避害？许多大小小或不大不小的问题，都有待在理论与实践的结合上求索答案。

与时俱进，关键在于一个“进”字。逆水行舟，不进则退。面对大好的机遇和严峻的挑战，除了开拓前进，广播电视工作者别无选择。

开拓前进的动力，则在于创新。创新是国家和民族发展的原动力，也是广播电视事业实现可持续发展的不竭之源。从理论创新、制度创新到科技创新，都亟待广播电视工作者全面开拓。广播电视学作为一门年轻的学科，正在越来越广泛地受到人们的关注，对它的研究也由浅入深地取得了大量成果。人们不断从其自然属性到其社会属性，研究探索其物理特性、事业发展特点、传播艺术特点，总结广播电视工作及其事业发展经验，不断加深对广播电视科学的认识。广播电视学与新闻学、传播学有直接的联系，它是在新闻学、传播学的基础上产生的，它兼容了这两门学科中的部分研究内容，同时又融合了文学艺术以及其他社会科学的研究成果，同新闻学、传播学有着明显的区别。从研究的对象和范围来看，广播电视学、新闻学、传播学这三门学科既自成体

系又相互联系。新世纪广播电视研究任重道远。创新,是广播电视学科建设的关键词。有学者指出,WTO背景下的中国广播电视传媒业,应将自己基本的前进方式从“实践探索—理论跟进—政策规范”转变为“建构式发展”的模式,注重从理论上进行目标、途径、手段等问题的结构性探讨,为实践发展描绘理性发展的蓝图。要成功地实现广播电视发展模式的转型,需要一系列扎扎实实的调查研究为之提供智力支持和理论支撑。出版广播电视系列丛书,正是四川大学新闻传播研究所、四川大学广播电视研究所为广播电视学科建设和广播电视事业的发展实现成功转型而提供关键性支撑因素所作的一种实际努力。

四川大学作为国家重点大学,新闻传播学科、广播电视学科发展已有 20 多年历史,是国内最早办有新闻传播、广播电视专业的六所院校之一。现有 50 多位从事这一领域教学和科研的专业技术人员,有新闻学、广播电视新闻学、广告学三个本科专业,新闻学、传播学两个硕士点及文化与传媒博士点。二十多年来,先后承担了二十多项国家、部、省人民政府重点科研课题和一般课题,出版 40 多部新闻传播学术著作及教材,有 20 多项成果获国家、部、省人民政府社科奖,教学科研取得了丰硕成果,出现了一批在国家具有较高知名度的新闻传播、广播电视学者。21 世纪初,我们正迈向新闻传播学发展的新阶段。广播电视理论研究和学科建设是我们的一项重要工作。二十多年来,作为专门从事新闻传播理论研究和学科建设的研究所,我们得益于四川大学文、理、工、医多学科兼备的综合优势,依托四川大学一百多年悠久而丰厚的人文学术传统,立足于西部大开发所带来的区域传播的大发展,努力从广播电视理论、广播电视历史和广播电视业务多方面立体交叉地开展广播电视的科学研究,从理论与实践的结合上进行广播电视学的学科建设,力争出版一批有新意的处于学科前沿的学术专著、广播电视高校教材,以供科研与教学

的双重需要。

科学性与系统性、理论性与实用性、前瞻性与指导性的结合，是本系列丛书孜孜以求的目标，也是每位作者共同努力的方向。至于整个系列中的具体著作在多大程度上达到了预定的目标，则有待于诸位读者特别是各位专家学者和业内人士的评判。

2002 年 12 月

（欧阳宏生：四川大学教授，新闻传播研究所所长，全国“十佳”广播电视理论工作者）

序

电视节目的基础理论、结构理论、形态理论和栏目的定位策划等问题，确实十分重要，掌握了这些电视节目的基本理论，就能够较为熟练地创作和制作高水平的电视节目。也许，我们对电视节目的基础理论、结构理论、形态理论和定位策划等问题在实践中早有接触、早有感觉、早有研究，或者是我们早就对这些课题烂熟于心，并且运用这些理论已经创作出一些好作品。但笔者仍想借此机会，把电视节目的基础理论、结构理论和形态理论等问题好好地整理一下、清理一下、梳理一下。或许，有些读者的研究方向是在别的领域，对电视节目的种种理论不太了解，这对我来说反而是一种压力，因为我必须在一张白纸上画出准确的、生动的、传神的图画来；我必须运用哲学、政治学、传播学、社会学、文学、艺术、电影、戏剧、美术等学科的原理，反复比较、潜心琢磨、认真研究，做到触类旁通，举一反三。只有这样，才能把《电视传播形态论》的学问做深、做实、做好。

本书的读者应该说都是从事电视传播事业的，最少也是做和电视沾边的工作。大家虽然干的工种不同，做的节目不一样，就职的栏目也不尽相同，但是归根到底都是做电视节目的。无论你

是编辑还是记者，不管你是摄像还是美工，也不管你是撰稿人还是视频技术员，或者是录音师，或者是制片人，或者是播音员，或者是主持人；有的人介入节目可能深一些，有的人介入节目可能浅一些，有的人从业早一些，有的人从业晚一些，这些都不要紧。我们今天所研究的电视节目基础理论、结构理论、形态理论和定位策划等问题，是每一个电视人都应该掌握的。

就拿结构理论来说，我们是制作人，应该懂结构；我们是主持人，应该懂结构；我们是制片人，应该懂结构；我们是监制人，更应该懂结构，因为我们要审片子；你说你什么也不是，那你也要懂结构，因为即使是做一名观众，如果懂结构，对欣赏一部作品也是有帮助的。也许有编辑会说，我不是记者，我根本不用外出采访，不掌握结构行不行？这话应该这样说：你掌握了“结构电视节目”的知识，哪怕你没有亲自出去采访，只是在家当编辑，因为在你脑袋里有了“结构的概述”、“结构的意识”、“结构的感觉”，你编的片子也会比一般的人要好。

有人问过我，你能不能用最通俗的比喻来说一下：结构是什么？结构有什么用？怎样运用结构？我回答说：我们做电视节目就像做一桌丰盛的晚宴招待客人。结构解决什么问题呢？要解决菜谱的问题，解决买哪些菜的问题，同时还有到菜市场上买的时候拿什么东西装的问题。这里有大结构和小结构的问题。菜谱就是大结构。单独的一个菜如何炒，就是小结构的问题。我们到菜场买菜时，我们没有带筐，只有一根绳，那么这根绳子怎么把买的这些菜系起来？这根绳索就是结构线索。有人说，我买菜不带绳索，什么也不带，是不是就没有结构线索啦？我要说：什么也不带也是一种结构，我们买的菜总要用塑料袋装起来吧！“塑料袋”实际上就是一种结构。在节目中，这个“塑料袋”就是新闻事件。也就是说，我们去拍一个节目的时候，脑袋里可能是没有结构的（因为有些新闻只是有事件的发端，暂时还没有出现事件

的过程和事件的结果，此时无法结构成一个完整的节目），这种结构就只能以事件的发展为线索，来作为一种节目的结构。我们必须跟着事件去拍，事件发展到哪儿我们就拍到哪儿，看起来好像没有结构，没有构思，其实这就是“时间线索结构法”，这恰恰是一种最常用的结构方法。所以今天研究如何买菜，如何装菜，如何做成丰盛的晚宴，就是在探究电视节目的不同的结构方式。不消说，如果我们能把这一桌饭菜做成美味佳肴，我们就能找到把电视节目做好的窍门。好宴席和好节目吸引人的原理是一致的：要吸引人来品尝，要适合不同人的胃口，不能总是上相同的一道菜来败坏客人的胃口；要各种色彩搭配、要各种营养搭配等等。一句话，好宴会的标准就是好吃，好节目的标准就是好看。当然，简言之是可以这样说的，但要说出道理来，恐怕要用下面的表述了：电视节目成熟的标准是什么？以栏目化构成整体节目传播格局，一档节目时间长度基本固定，节目播放时间相对稳定，节目内容与形式有机结合，节目基调、风格各有特色，节目传播具有主导意向。如果节目办成这样，那么，这就是一顿丰盛的晚宴，一顿让人难以忘怀的电视节目大餐。

本书涉及的问题当然不单单是个结构问题，电视栏目的定位策划问题和节目形态问题以及其他的基础理论问题也是电视传播中的重要理论问题。希望这些论述能够起到抛砖引玉的作用，激起电视理论界百家争鸣的热情。

童 宁

2002 年 10 月 26 日

目 录

1	第一章 电视节目结构的基本理论
1	第一节 电视节目的元素
16	第二节 电视节目结构的基本理论
32	第三节 结构的步骤和方式
43	第二章 电视节目的整体布局
43	第一节 电视节目的开头、高潮、结尾
56	第二节 电视节目的情节与细节
64	第二节 电视节目的节奏
69	第三章 电视节目的结构方法
70	第一节 时间线索结构法
76	第二节 空间线索结构法
79	第三节 逻辑线索结构法
96	第四节 悬念线索结构法
118	第五节 理论线索结构法
141	第六节 主题线索结构法
152	第七节 板块线索结构法
166	第八节 复合线索结构法
175	第四章 电视栏目的定位策划
175	第一节 电视栏目的定位策划

180	第二节	电视栏目的内容定位
194	第三节	电视栏目的形式定位
199	第四节	电视栏目的其他定位
207	第五章	新闻类节目传播形态
208	第一节	电视新闻
219	第二节	评论节目
229	第三节	体育节目
234	第四节	谈话节目
245	第六章	社教类节目传播形态
246	第一节	对象节目
252	第二节	科教节目
259	第三节	纪录片
268	第四节	法制节目
278	第七章	文艺类节目传播形态
279	第一节	文艺晚会
285	第二节	专题文艺
290	第三节	音乐电视
294	第四节	电视剧
303	第八章	服务类节目传播形态
304	第一节	指导型服务节目
308	第二节	公益型服务节目
312	第三节	广告型服务节目
317	第四节	经济节目
325		后记

第一章 电视节目结构的基本理论

第一节 电视节目的元素

电视的基础是什么？这是我们这些从事电视传播的人需要认真思考的问题。从事电视工作的人应该都是有文化的人，否则是无法进行电视传播的。我们这些电视人都认识字，也都会组词，也都会造句，我们也都会写文章。我们大家虽然都知道字组成了词，词连成了句，句构成了段，段形成了文章。那么，电视节目是如何组成的？构成电视节目的字、词、句是什么？构成电视节目的段落、篇章又是什么？我们是通过怎样的电视元素来制作电视节目的？关于这个问题，从实践的意义上知道的人不少，但是从理论上未必有人讲得清楚。即使有人能够创作好节目，能够把握好结构、确定好主题、选择好内容、运用好形式，也未必能回答上面的问题。因为这个问题既是一个较难研究的课题，也是一个较少有人研究的问题。

下面，我们来把电视节目分解到最小的单位并进行研究。

一、构成电视节目的最小单位

电视节目有六大元素：

人、声、词、画、音、字。

这六个字就是构成电视节目的最小单位。

我们制作一个节目，要用的最小元素是什么？你在做节目的时候，用什么电视元素来表现？在解说词中体现还是在画面中体现？是在音乐音响中体现还是在字幕中体现？是用主持人来体现还是用采访的同期声来体现？用不同的电视元素去表现不同的电视节目，就会产生迥然不同的表现力。

1. 人即主持人

主持人是电视节目在人格化传播与对象化传播的主导者，是与观众进行交流的第一人。主持人第一位是人，其次才是主持。主持人突出了人的作用，把人的才智、风度、个性、魅力统统推上屏幕，使电视节目具有人情味和吸引力。主持人的核心是人。主持人是最主要的元素，决定电视节目是否好看，是否有魅力。有一段时间，有人说中央电视台的节目不好看，为什么？就是因为我们的主持人不是“人”。主持人的核心必须是一个“人”，这个人如果幽默，主持出来的节目必然是生动有趣的。主持人照本宣科地在那个地方亦步亦趋宣读文稿，有的人会问，《新闻联播》是不是就不好看了？不是。《新闻联播》是叫播音，从来没有说自己是主持人。作为一名主持人，你首先必须是“人”，然后才谈得上主持。你这个人有智慧，你主持的节目就有智慧；你这个人幽默，你主持的节目就幽默；你这个人比较冷峻，你的节目就冷峻。所以说主持人的核心是人。主持人必须有一种亲切感，有一种亲和力。至于这个主持人应该做成什么样，下面再说。比如有的电视节目 50 集，有的 8 个小时，10 个小时，如果拆开分解，发现就是由六种元素构成的。如果我们掌握了这六种元素，

就等于掌握了电视节目的真谛。主持人就是在片中出图像的人，而且是统领全片的重要人物，常常以第一人称的口吻出现。为什么总是“我我”，因为只有是我，才有个性化，只有是我，才有凸现人本性的一部分。如果老是“他他”地说话，就不是主持人的口吻。所以后来为什么主持人上台老说“我刚才来的时候怎么着”，不就是为了加强亲切感吗？有的人做老年节目，就说“我爸昨天中风了”。不管是编辑给写的，还是自己加工的，总是以我的身份出现，这就是当主持人的技巧。但是要注意一点，不能老说你爸中风，也不能总是说你生病，事实上你爸爸也不可能总是生病，所以，“我”必须使用得恰到好处。用得好了，就能够张扬你个性的一面，使得你像当红主持人一样火。

中央电视台有一个很好的栏目，创意很好，叫《影视同期声》，主持人在里面只剪自己半句话，语言不完整。主持人长得比较随和，但在节目里能够把别人激活。编辑剪他的片子，不知道是什么原因，没有完整的语言段落，显得他这个人智慧。但是这个节目来的都是大腕，人长得好，话讲得好听，作为主持人能够把对方激活就好看。后来我见到这个主持人说，你最好在节目中把开头、中间、结尾的三段话说好，说得漂亮，你就成功了。起初，他总是说半句话，“刚才某某演员说了，下面，我们请——”他刚说半句话就把话筒递下去，演员很配合他，就说下去了。他又说：“演员说的好吗？好，下面再来一段”，虽然是很生活化的主持，但主持人的智慧就体现得少。现在他注意了一点，稍微加了一点弥补，作为主持人的形象，他渐渐就立起来了，慢慢成熟起来了。

2. 声即同期声

同期声的核心是声。我这里所说的同期声特指“人物的说话声”。同期声随着电视技术的不断发展，也就是 ENG 的出现，慢慢地显示出“英雄本色”。如今，成熟了许多。我们原来做一

个片子叫《八市长谈改革》，片子没有一句解说词，连音乐都没有，都是人物讲话的声音。八个市长说完了，节目也就完了。同期声的关键是人物采访，声音是人的声音，图像是人的图像。

同期声的概念是怎么出来的？是跟先期声和后期声相比较而出来的。过去有一种声音是事先录好的，再把画面配上去，这叫先期声。还有一种画面先弄好，再把声音配上去，这叫后期声。同期声就是你在说话的时候，图像同时录下来。同期声很重要，它是重要的电视元素，至于具体有什么功能下面再说。

3. 词即解说词

解说词是为电视节目而写作的，它是以文字的形式、文章的方式，通过电视的听觉或视觉通道传输，向观众传达的各种信息。简言之，解说词就是对画面进行解释的文字。解说词的核心是词。新闻节目当中有解说词，社教节目、文艺节目当中都有。可以说在中国的电视节目里面如果没有解说词，就会觉得这个节目没有思想性。

4. 画即画面

电视画面是建立在高度发展的科学技术基础上的传播媒介，指通过光电讯号系统的摄录设备，在一段连续的时间中拍摄和制作的一段声画结合的形象素材。它由一定数量的画帧组成，在一个完整的电视画面里，各画帧之间具有时间和空间上的连续性，依附在其中的声音（同期声、现场环境音响）是电视画面不可分割的组成部分。画面的核心是画。除了同期声、主持人、字幕图形图表之外，所谓用摄像机拍摄的图像，我们把它叫画面。有的时候同期声多了以后，有一些审片人就会说，你的片子不生动，多插一点画面。我们体会这种不是人物头像在那里说的画面，也不是主持人在那里讲的画面，而是一些空镜头之类的画面，这种图像我们称之为画面。

5. 音即音乐音响

音乐音响是电视节目中最富于情感和感染力的因素。音乐音响和画面是构成电视的两个重要组成部分，两者只有协调、巧妙、有机、和谐地配合，才能产生立体的、连续的、完整的艺术效果。音乐音响的核心是音。音乐大家好理解，我不多说。音响包括现场的音响，火车的声音我们不能把它叫做同期声吧，我们把它称之为音响，火车声、鸟叫都称之为音响。

6. 字即字幕图形图表

也就是一些字幕、图示、动画之类的东西，它们起到提示、图解、形象化表现的目的。

在一个节目当中，解说词、画面、音乐音响、主持人、同期采访、字幕图形图表等元素是相辅相成密不可分的，但是它是有主有次的。为了研究的便利，只讲电视元素最有代表性的一种特性，而忽视电视元素的兼容性和多元化，这就便于研究了。比如我们有一些人在做节目的时候，只用两种元素，一个是解说词，一个是画面，其他的就不用了。过去传统的纪录片、电视节目就是采用这个路子。包括现在的一些记者，用的元素多半都是同期声，先把人物采访拍回来，剪起来之后，利用其他的元素进行微调。好比这两段同期声用一句解说词接不起来，当中用主持人，主持人就成了一种最主要的元素。

有编导认为用好主持人这一个元素，我的节目就能立起来。主持人中，有的人擅长用画面，有的人擅长用解说词，有的人擅长用音乐，有的人擅长用特技，有的人擅长用同期声。每个人都有看家本领。好比有的人是搞音乐音响出身的，他考虑的肯定就是用音乐音响作为结构全片的主要元素。这些想法都是对的，这些编导都是聪明的编导。