

21世纪广播电视专业实用教材
广播电视专业“十三五”规划教材

THE COURSE OF TEXT WRITING OF BROADCAST AND TV

广播电视写作教程

(第2版)

彭菊华 主编

中国传媒大学 出版社

主编简介

彭菊华，教授，在重点大学任教30多年，研究方向为新闻传播和电视传播。曾任湖南大学新闻传播与影视艺术学院副院长、校学术委员会委员、湖南大学影视艺术研究所所长，湖南省特色专业“湖南大学广播电视编导”专业负责人，教育部高等学校艺术类专业教学指导委员会戏剧影视广播类专业教学指导分委员会委员，中国高等院校影视学会理事，湖南省电视艺术家协会理事。获多种教学科研奖励。出版著作7部，主编或参编著作近20部，发表学术论文60余篇。

21世纪广播电视专业实用教材 广播电视专业“十三五”规划教材

广播节目策划与制作	董 旻
摄影构图（第2版）	郭艳民
电视摄像（第2版）	任金州
现代电视编辑	王晓红
电视制作技术（第2版）	孟 群
电视采访（第2版）	曾祥敏
广播音响报道实用教材	危 羚
实用传媒写作基础	孟 伟
影视精品导读	索亚斌
电视节目编导	田维刚
电视音乐音响（第2版）	高廷智
电视艺术概论（第2版）	周 文
电视摄影造型基础（第2版）	陈 刚
广播电视写作教程（第2版）	彭菊华
影视作品评析教程	彭菊华

责任编辑：蔡开松

封面制作：泰博瑞国际文化传媒

- 本书得到湖南省特色专业建设专项资助。
- 为培养广播电视专业学生和实务工作者的“笔头功夫”量身定做。
- 详细阐述广播电视新闻、广播文艺文本、电视综艺节目文本、电视纪录片台本、广播电视短剧、广播电视主持人节目台本、广播电视策划文案、广播电视经营文本、广播电视学术论文，以及广播电视公务文书、事务文书、公关文书等文章的基本原理和写作要诀，内容全面，举例精当，行文流畅，可读性强。
- 高校相关专业的理想教材，亦适合业界人士使用。

THE COURSE OF TEXT WRITING OF BROADCAST AND TV 广播电视写作教程 (第2版)

彭菊华 主编

上架建议：广播电视

ISBN 978-7-5657-1866-3



定价：45.00元

21世纪广播电视专业实用教材
广播电视专业“十三五”规划教材

THE COURSE OF TEXT WRITING OF BROADCAST AND TV

广播电视写作教程

(第2版)

主 编 彭菊华

副主编 苏美妮 肖 芃

中国传媒大学 出版社
· 北京 ·

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

图书在版编目(CIP)数据

广播电视写作教程 / 彭菊华主编. —2 版. —北京:中国传媒大学出版社, 2016. 11

广播电视专业“十三五”规划教材

ISBN 978-7-5657-1866-3

I. ①广… II. ①彭… III. ①广播电视—应用文—写作—高等学校—教材

IV. ①G222

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 277242 号

广播电视写作教程

GUANGBO DIANSHI XIEZUO JIAOCHENG

主 编 彭菊华

责任编辑 蔡开松

责任印制 阳金洲

封面制作 泰博瑞国际文化传媒

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京艺堂印刷有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 16.5

字 数 310 千字

版 次 2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1866-3/G·1866

定 价 45.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换



目 录 Contents

第一章	广播电视写作概说	/ 1
第一节	文章写作和广播电视写作	/ 1
第二节	广播电视写作的节目文稿和媒体文稿	/ 4
第三节	广播电视写作的“本文”撰稿	/ 11
第二章	广播电视新闻写作	/ 15
第一节	广播电视新闻写作概述	/ 15
第二节	广播电视消息写作	/ 25
第三节	广播电视深度报道写作	/ 33
第四节	广播电视新闻评论写作	/ 37
第三章	广播文艺文本写作	/ 45
第一节	广播文艺节目概述	/ 45
第二节	广播综艺节目文本写作	/ 51
第三节	广播专题性文艺节目文本写作	/ 58
第四章	电视综艺节目文本写作	/ 73
第一节	电视综艺节目概述	/ 73
第二节	电视综艺节目的构思	/ 78
第三节	电视综艺节目台本写作	/ 81
第五章	电视纪录片台本写作	/ 94
第一节	电视纪录片概述	/ 94
第二节	电视纪录片“蓝本”写作	/ 101
第三节	电视纪录片解说词写作	/ 109
第六章	广播电视短剧写作	/ 118
第一节	广播电视短剧写作概述	/ 118



第二节	广播剧写作	/ 120
第三节	电视短剧写作	/ 131
第七章	广播电视主持人节目台本写作	/ 140
第一节	广播电视主持人节目概述	/ 140
第二节	主持人节目台本写作	/ 146
第八章	广播电视策划文案写作	/ 155
第一节	广播电视策划及文案写作	/ 155
第二节	广播电视频道策划书写作	/ 163
第三节	广播电视节目策划书写作	/ 168
第九章	广播电视媒介经营文本写作	/ 174
第一节	广播电视的媒介经营活动与写作	/ 174
第二节	广播电视市场文书写作	/ 176
第三节	广播电视营销宣传写作	/ 179
第四节	广播电视广告写作	/ 196
第十章	广播电视文秘写作	/ 204
第一节	广播电视文秘写作概述	/ 204
第二节	广播电视公务文书写作	/ 211
第三节	广播电视事务文书写作	/ 216
第四节	广播电视公关文书写作	/ 221
第十一章	广播电视学术写作	/ 225
第一节	广播电视学术研究	/ 225
第二节	广播电视学术论文	/ 229
第三节	广播电视学术论文写作	/ 238
附录一	透视中国姓名权第一案	/ 245
附录二	《话说长江》第1集《源远流长》解说词	/ 250
附录三	城市之音联合电台的定位与创意文案	/ 253
附录四	益阳广播电视台自办栏目受众收听收视调查	/ 255
后 记		/ 259



第一章 广播电视写作概说

无论是广播媒体还是电视媒体、新闻节目还是文艺节目、节目生产还是媒体管理与经营,都离不开写文章。如今,媒体强竞争、大融合、论思想、讲深度、重策划,广播电视传播更加倚重书面写作,更加需要出色的广播电视文稿。因之,广播电视写作也更加专业化、多样化,种种广播电视书面文体得以产生、优化并逐步成型,取得了文章学分支的地位。

第一节 文章写作和广播电视写作

中国是文章大国,写文章之事源远流长。广播电视写作是广播电视与文章写作的结合,产生于20世纪以来,一直在推陈出新。文章写作与广播电视写作是源与流的关系,也是属种关系。文章写作是类属,广播电视写作是其中的一个大类。

一、文章写作与广播电视

1. 写作与广播电视媒体

写作,俗称“写文章”,使用书面的文字语言,因字成句,因句成段,因段成篇,一篇一篇地写。写文章是一种精神劳动,又是一门很实用的工具、一种重要的能力,具有个体性、社会性、实践性、创造性和综合性等特点。作为概念,写作有广义和狭义之分。广义的写作囊括一切写作活动,包含文学创作;狭义的写作仅指文学创作以外的书面写作。此取其广义。

文章的本质在于给出思想,宗旨是用于社会传播与交往。中国古代有把自己的文章“藏之名山”的说法——《史记》作者司马迁就这样讲过。但那是怕自己的著作遭到焚毁,到底还是为了“传之后世”。古今中外,文章都是用来传播与交往的,用以传播思想、传播知识、传播资讯,等等。现代传播学认定,即便作者写给自己看的文章,那也是为了传播,付诸传播了,叫做己我传播。个人写的日记之类,一旦公之于世,就不属于个人而是属于社会的了。文章写作及书面文章的这些基本道道,决定了广播电视媒体与之结缘,特别是与文学

创作紧密相连的必然性。

广播和电视是两种电子媒体,称作电台、电视台,其所制作与载传的内容叫做“节目”。广播电视作为媒体,或为综合频道(频率),或为专业频道(频率),或以新闻立台,或以文艺和娱乐立台,定位不同,各司其职。广播电视媒体的节目是栏目化的,有主有次,新闻台也办文艺节目,娱乐台也办新闻节目,彼此共生共存。一个个广播电视节目,有传统内容,又有新式题材;有纯而又纯的,也有杂交品种,彼此其异如面。

广播电视作为媒体,有种种业务活动。其中一个很重要的方面,是广播电视写作。不难看到,在广播电视媒体,写文章虽然总是需要“先行一步”,多为“一度创作”,却始终处在“后台”,远不如“前台”那样显山露水。但它确实把广播电视媒体实务几乎所有方面、所有人员都囊括了进来。论人,做节目的和管节目的,动手的和动嘴的,都需要写文章;论事,节目的选题、采编、编导、管理、营销等,都得写文章;论文章,从节目的策划文案、制作底本到节目营销文书、媒体管理文件以及学术研究论文,应有尽有。至于电视散文之类,更是由电视媒体与文学创作相嫁接的产物。

深入考察可知,广播电视与文章写作存在诸多深度联系。文章写作的原理与艺术,特别是其内含的创造精神、精益求精精神、“不到顶点”的艺术辩证法,以及文章是“经国之大业,不朽之盛事”等观念,对广播电视人和广播电视传播,发生了良好的作用,这种作用是不可替代的。广播电视领域各方面的专家,包括名记者、名编辑、名编导、名编剧和优秀的管理工作、研究人员等,多是写文章的能手,有许多“笔杆子”,就充分证实了这一点。因此,应当可以说,广播电视倘若离开了出色的文章写作,哪件事都很难真正做好。

2. 广播电视传播与书面文章

广播电视写作产生的书面文章,充分对象化和个性化,各有其特定的内容、体式与用途,不能掉换。这种文章对于广播电视传播的具体操作和运行,不可或缺,十分重要。这一点,广播电视节目文稿体现得最为充分。

首先,广播电视节目与节目文稿相伴相随、相辅相成。广播电视传媒必须天天生产并放送节目,一天也不能间断。广播电视节目的生产与传播有特定的手段与流程,并使用专门的设备和技术,书面文章却成为其间不可或缺的构件,于节目或前或后,忽左忽右。如电视纪录片和主持人节目的台本,专门为节目量身定制,构成节目前期制作最重要的项目,在节目生产制作中充当“蓝本”。又如电视新闻的播出稿,节目的画面与之匹配,声像合一,充当播音员播出该条新闻的底稿,并作为节目的文字稿留存下来。总之,在广播电视传播过程中,与它背后的书面文章缺一不可,互相生发,彼此促成。即便是“脱口秀”节目,也是事先准备好了文本,并非真的临场“脱口而出”。反过来说,广播电视节目如果没有书面的文章,就无法制作,或无法播出,最终也就不会有这个节目。

并且,广播电视节目的文稿能够独立存在,往往还能再度传播。节目文稿多为可以独

立的文章,在该节目播出之后,常常以文字作品的形态,通过纸质媒体进入书肆或报摊,或通过其他途径成为读物,从而构成本身的二度传播与多元传播。广播电视文艺的许多作品是这样,一些广播电视新闻作品也是这样。坊间的广播电视作品选本,都属于这种性质的书籍。虽然变成了书刊文字,但它永远属于广播电视,属于原来的广播电视节目。这种二度传播和多元传播,既扩大了广播电视节目的影响,延展了它的生命,还能获取新的利润,又满足了受众的需求,特别是为研究者、习学者带来了极大的方便。如果没有这样的读物,研究者难以进行相关的研究,习学者找不到描红的本本。善于策划的广播电视媒体对于品牌节目,一开始就是这样去进行构想与操作的。

二、广播电视写作的特点

广播电视写作作为一个概念,限指文章写作在广播电视领域的应用,包括其间所有使用文字语言的书面写作及其成果。其主体工程,是广播电视节目文稿写作。

同样是“写文章”,广播电视写作除了文章写作共有的实践性、创造性等特点之外,就其主体工程看,还具有依附性、专业性、实用性、时效性、组合性、多样性等特点。

1. 依附性

广播电视写作是依附性的,动态的写作和静态的文章多是如此。作为媒体,广播电视靠生产和传播节目来生存,什么时候都以屏幕为前台,后台一律服务于前台,这是它的显著特点,也是技术规则。因此,广播电视写作是为广播电视节目而写,以广播电视节目的生产和传播为写作的出发点和归宿,在两者之间建立起一种对接性的供需关系。但所写文章并不直接付诸传播,而是有待节目编导和主持人的“二度创作”。虽然,具体的写作活动对节目有很大的发言权,可以决定把节目实际弄成什么样子。但在广播电视媒体,节目从属于它的栏目,栏目从属于它的频道(台),这里有宏观的、中观的、微观的定位。文章要按照节目的定位来写,不能别出心裁。写出来的文章必须适合广播电视的传媒特性,合乎“这一个”节目的范式与风格。因为依附性,广播电视写作常常只能在节目的现场进行,边采集边构思边拟稿边播出,如新闻节目、体育节目的一些直播稿。

2. 专业性

广播电视写作必须充分适应广播电视传播的技术手段与艺术要求,包括其共同点和不同点。共同点是广播电视同为电子媒体,使用视听语言传送节目,异于报刊的以版面给人“阅读”。不同点是广播与电视系两种媒体,技术手段和艺术要求不相同。不同的文章有不同的“图式”与写法,广播电视写作必须遵循写文章的基本规范。这是说,从事广播电视写作,既要懂广播电视,又要懂文章写作,珠联璧合,方可得心应手。比如电视文艺写作,倘若完全不懂电视,即便是曾经创作了许多优秀文学作品的作家,写出来的东西也可能“不合适”。

3. 实用性

文章写作期于实用,广播电视写作特别明显。说是为节目而写,实际上就是为节目的受众而写,为节目的编导和主持人而写,要“处处讨好”。节目无定文,文章无定体,文体无定则,规则无定法,唯实用而适用。你有你的写法,我有我的尺度,成为广播电视写作的不二法则。同样的目标,可以用不同的文章;有时候模仿胜过创造,有时候字正腔圆不及稚嫩生涩。凡此种种,皆以实用为标准。常常见到的一种情形是,本来是应某节目之用而写的文章,结果用不上,改为他用,还恰到好处,盖缘于此。

4. 时效性

广播电视写作的时效性,以新闻写作为最。报道新闻要抢时间,过去是抢一天、一小时,当下是争分夺秒。这种时效性导致广播新闻往往边写边播,边播边写,甚至先口头播出,然后再录为文字稿。电视新闻出镜记者先打腹稿而后笔录下来,如有不妥,也只好让它成为“遗憾的艺术”。新闻之外,其他广播电视写作也都讲求时效性。大型电视台有时候要在四五天内拿出一台大型晚会。一台大型晚会要写好些篇文章,只能用“新闻速度”。因为时效性,广播电视写作贵神速不贵巧迟,要求立竿见影,不能慢慢悠悠,为此需要如声应响的反应、通宵达旦的勤奋和下笔千言倚马可待的文墨功夫。当然,也难免“萝卜快了不洗泥”。

5. 组合性

广播电视写作有的是单独作业,独立完成,大块文章也可以这样做。但就文章成品看,包括那些“一句话的经典”,更多的情形是一篇文章要先后经过许多人的手,成于众人之心与力。新闻作品是这样,一篇稿子至少要经过该文的记者、编辑和主管领导。至于大型文艺节目的台本,往往是群策群力完成的。事实表明,广播电视写作的实际操作,凡重要的、大规模的、成系列的文章,往往成立写作组,有多位主创人员,大家分工负责,通力合作,最后的文章成品是集体智慧的结晶。

6. 多样性

广播电视写作有规定动作,有自选动作;有的写于节目的前期,有的成于节目的后期;有的属于本职工作,有的属于有偿合作;有的用于公开传播,有的用于内部事务。凡此种种,内容、形式、作者、用途各不相同。鸿篇巨制洋洋洒洒,如多集纪录片的台本,有数万言之多;短小之作如栏目的定位语、广告节目的广告词,就一句话。文章的写法更是不拘一格,五花八门,有的中规中矩,也有的“四不像”。一瞥广播电视写作文苑,可谓千姿百态。

第二节 广播电视写作的节目文稿和媒体文稿

广播电视写作产生的一切文章,统称广播电视写作文稿。全部广播电视写作文稿,可



划分为节目文稿和媒体文稿两大部分。两部分文稿的性质、功能和体裁、写法等完全不同,但都服务于广播电视传播,殊途同归。

一、节目文稿

凡直接用于生产制作广播电视节目的文章,广播电视节目的“蓝本”“底本”,统称为节目文稿。节目文稿写作属于电台电视台的“第一生产力”,直接体现该台的传播能力及其业务水平,什么时候都是广播电视写作的重头戏。它的庞杂和快速要求决定了,似乎没有一个人能够“通吃”。

(一) 节目类型与节目文稿

在广播电视写作中,节目类型与节目文稿是决定与被决定的关系,同时也存在作用与反作用的关系。一方面,节目类型直接制约节目文稿的写作;另一方面,节目文稿写作往往能够创新原来的节目类型。

1. 广播电视节目的类型

广播电视节目的类型在实践中产生和形成,又在实践中发展和变化,不断淘汰与更新。节目类型的研究一直在进行,有待深入和系统化,以建立科学的广播和电视节目形态学。

以电视节目为例,据央视研究部门的研究成果介绍,世界当下的电视节目有如下 12 个大类^①。

- 新闻节目,包括消息式新闻,综合报道,系列报道和连续报道,新闻评论,新闻直播。
- 纪录片,包括特别纪录片,调查性纪录片,大型文献纪录片,科教纪录片。
- 娱乐节目,包括综艺节目,娱乐资讯,公共舞台节目。
- 电视剧,包括连续剧,系列剧,情景喜剧,微型电视连续剧。
- 电视电影,即“专为电视制作的影片”,如《希特勒:魔鬼的崛起》《集结风暴》《决斗》等。
- 生活服务类节目,包括生活资讯类节目,专题服务类节目,生活时尚类节目,科学与教育类节目。
- 体育节目,包括赛事直播,赛事新闻综述,体育资讯,体育评论,体育娱乐节目。
- 儿童节目,包括技能性节目,知识性节目,故事、木偶和动画片。
- 成人动画片节目,如《白雪公主》《辛普森的一家》。
- 游戏竞技类节目,包括益智类游戏节目,技巧类游戏节目,娱乐类游戏节目,大奖类游戏节目。
- 谈话类节目,包括信息交流类谈话节目,人际沟通类谈话节目,娱情类谈话节目。

^① 见唐世鼎、黎斌主编:《世界电视节目荟萃》,中国传媒大学出版社 2005 年版。



- 真人秀节目,包括反映普通人生活的节目,具有偷窥特征的节目,带有游戏与竞技特征的节目。

中国(大陆)广播电视节目的分类和主要类型,有多种说法。有研究者认为广播节目有五个类型:

- 口播节目;
- 广播谈话节目;
- 听众参与节目(以娱乐为主);
- 广播剧;
- 音乐节目。

电视节目主要有七个类型:

- 新闻节目,包括消息类新闻节目,新闻评论性节目,杂志类新闻节目。
- 对象性节目,诸如老年节目、青年节目、少年节目、儿童节目,工人节目、农民节目、军人节目、学生节目、妇女节目、残疾人节目,又如央视《半边天》《今日说法》《电视你我他》等节目。
- 文艺类节目,如央视《春节联欢晚会》《综艺大观》《正大综艺》。
- 娱乐节目,如湖南卫视《快乐大本营》,央视《幸运52》《开心词典》。
- 谈话类节目,如央视《实话实说》。
- 纪录片,如央视《东方时空·生活空间》。
- 体育节目。^①

以上广播电视节目的类型及其内涵性规定,是广播电视节目文稿写作的范式依据,写作中各以其类逆,各肖其声口。

2. 节目文稿的种类

广播电视节目文稿的写作,根据节目类型因事制宜,因文制宜。广播电视被称为新闻媒体,又是重要的公共资讯和大众娱乐工具,所以,如对全部节目文稿进行归纳,大抵可以分为新闻稿和非新闻节目台本两大类。

新闻稿。广播电视新闻是新近发生的事实在广播电视媒体上的报道,真实,新鲜,迅速,及时,为各电台、电视台的常规性节目,系新闻立台的电台、电视台的龙头节目。新闻稿是供新闻节目用的播音员、主持人(包括出镜记者)口头播出的文字稿,分为新闻报道和新闻评论。其中,新闻报道文稿有快讯、短讯、短消息、长消息、通讯、系列报道、连续报道、调查性报道、新闻花絮、新闻信息组合、新闻访谈和杂志性新闻节目等样式。电台、电视台的新闻节目及其文字稿,通常包括“本台消息”和新闻转载。其中,“本台消息”是本台的安身

^① 参见张振华主编:《中国广播电视新论》,中国广播电视出版社2004年版,第252~283页。



立命之本,应为独家新闻或独家报道。

非新闻节目台本。即为生产制作广播电视节目而创作的底本,包括综艺娱乐类节目台本、资讯类节目台本、知识类节目台本、专题片台本、广告节目的文字稿和电视剧剧本等。节目台本是节目在文字上的设计与表述,包括节目内容与形式的全部元素。节目台本有大小、详略、一与多之分。大型节目的台本篇幅长,有总有分,可以分头撰写;小型节目的台本类似独幕剧,篇幅小。简略的节目台本主要是就节目的各个板块写写串联词,不涉及节目的具体元素;详尽的节目台本事无巨细,一一写出。单独的节目台本是独立的一篇,多集的节目台本一集接一集地写。节目台本写作重视创意,追求别出心裁,推崇创新。

(二) 节目文稿撰稿

节目文稿的撰写一篇篇进行,它因媒体的不同而不同,因节目生产的流程和文稿的作用而有别。

1. 广播撰稿与电视撰稿

广播与电视是不同的媒体,广播电视写作系统称,操作起来是分开的,分为广播撰稿和电视撰稿。

广播利用电波进行传播,分有线与无线两种。1920年11月2日,美国匹兹堡 KDKA 广播电台正式播音,此为人类广播事业之肇始。作为一种媒体,广播称广播电台,使用声音语言,每天顺时连续播出成套节目,受众称“听众”。广播有三个优点:一是迅速及时。电波的速度是每秒钟30万公里,广播的传播速度是最快的,时效性非常强。二是声情并茂。广播使用口语化语言,节目如同平常的谈话,容易感染人。事实表明,广播媒体最宜进行音乐传播。三是适应性和渗透力强。广播无孔不入,无远弗届,听众只要置备收音机,可走到哪里听到哪里。广播的最大弱点是没有选择性和保留性,听众是在被动接收。因为希求人人能听懂,广播节目一般比较简单,难得深刻。

广播撰稿既有新闻稿,也有非新闻节目文本,其突出的特征是为“听”而写,完全口语化,高度通俗化。为此,文稿要求科学地使用同音字,奉行“三短”:句子短、段落短、篇幅短。其中的新闻稿、言论稿和文艺作品文稿,对字词句的要求与书报刊作品一样严格,是可以另外阅读的文章。广播文稿中,有许多节目串联词一类稿子。这种稿子因事制宜,因人制宜,有一定之规但无成法,或独立或组合,长短短短,断断续续,有时候几十分钟的节目,就那么几句仪式性的话,实际上是一种“准文章”。

电视是无线电通讯、广播、电子传真与照相、电影相结合的产物。世界上最早的电视台是1936年11月2日英国广播公司在伦敦建立的。电视作为媒体,使用声像合一手段制作和放送节目,受众称“观众”。其最大的优势是直观性和形象性,画面和声音组合一起,同时诉诸人的视觉和听觉。连续不断的图像逼真如画,观众有如身在其境,感同身受。此外,电视的时效性也很强。选择性和保留性差也是电视的弱点。电视传播论设备和技术,成本比

广播要高,这在一定程度上影响了受众的接受。

电视撰稿也要像广播撰稿那样通俗易懂。相比广播撰稿,其最大的特点是为“看”而写,或为节目的拍摄提供瞻言见貌的图景,或惟妙惟肖地摄取节目画格的神韵,要求十分形象和生动。电视撰稿的数量大、品种多。2008年6月,由中国广播电视协会、中国传媒大学和中央民族大学三家权威机构历时一年推出的首部《中国电视网络影响力报告(2008)》出炉,央视上榜的十大栏目是:《百家讲坛》《同一首歌》《艺术人生》《动物世界》《对话》《新闻调查》《探索·发现》《走进科学》《非常6+1》《大家看法》。这些节目都是有书面文稿支撑的,电视撰稿的庞杂性和多样性,由此可见一斑。电视撰稿中,论使用频率和作品数量,以综艺和娱乐类节目台本为最;论文稿的总体量,以电视剧剧本居首。

2. “先写后拍”与“先拍后写”

根据节目生产制作的流程和文稿对节目的作用,撰稿大抵有“先写后拍”和“先拍后写”两种情形。

“先写后拍”是先写出节目文稿,然后根据节目文稿生产节目,写文稿构成节目生产之始,成为第一道工序。文稿表述的内容经过节目制作的技术和过程,化为了节目中的图像与声音(音乐音响),最终在节目中同时以图像(音乐音响)方式“现影”、以声音方式“现身”。广播媒体和电视媒体的非新闻节目台本写作基本上属于这一种情形。一部分新闻稿,如新闻转载和杂志性新闻节目也是这样,所不同的是不需要根据台本进行实地拍摄(采录),只要组织和编辑相关的内容。“先写后拍”的“写”,对节目生产起“蓝图”的作用,“拍”如果不符合“写”的要求,就要重拍、补拍,直至完全吻合文稿给出的意义。

“先拍后写”是经过现场拍摄(电视)、采录(广播)或相关渠道收集,先获得足量素材,然后写文稿,在节目制作后期进行加工。所写为节目中匹配图像或音响之“声音”部分的文字稿,统称“解说词”,最终以播音员的声音方式在节目中“现身”。新闻稿中的“本台消息”,无论广播还是电视,全是这样产生的,无一例外;非新闻稿中的资讯类节目台本等,也属于这一种情形。“先拍后写”的“写”完全根据节目的素材进行,讲求高保真性,在于画龙点睛,行文跳跃,时断时续而意思清楚。

节目文稿的“先写后拍”或“先拍后写”,是相对而言的。在实际操作中,无论“写”还是“拍”,往往不是一次就能完成的,也不是一个人完成的,需要循环往复,集思广益。许多时候是写写拍拍,拍拍写写,边写边拍,边拍边写,“写”经过“拍”更臻完善,“拍”经过“写”更加到位。“写”直至节目成稿最后的时刻,才能真正大功告成。

(三)广播电视节目文稿的文体

最早、最简单的文章分类法,是把所有文章分为记叙、议论两大类。广播电视节目文稿涵盖了这两大类文体,各自遵循其特定的文章规范,其间两者偶有交融。



1. 记叙文体

以记人、叙事、写景、状物为主要内容,以叙述、描写方式为主要表达手段,具备故事情节和形象性的文章,统称为记叙文。记叙文体是记叙文的类别称谓。

因为广播电视特别是电视是叙事的,所以,大多数节目文稿是记叙文或记叙文性文章。分为两类:一类是反映真人真事的记叙文,主要是作为新闻文体的消息、通讯,和区别于新闻文体的日记、传记、游记、调查报告、散文等文体;另一类是表现虚构内容的记叙文,主要是作为文学作品的戏剧(包括电视剧、栏目剧等)、短篇小说、故事等。两类记叙文性质完全不同,在广播电视节目中各尽其用。

记叙文体的广播电视节目文稿有两个特点。一是宏微并举。在微观上,强调各自找故事、“讲故事”,一期节目讲述一个完整的、生动的故事。在宏观上,追求叙事纪实的融会贯通和一以贯之,凸显整个媒体、频道、栏目的纪实性,实现媒体的纪实功能,并形成自己独特的风采。如中央电视台《讲述》栏目,在视角贴近百姓的基础上引入并强调口述,注重并强化冲突,生成了节目原生态呈现、戏剧化叙事的特点。二是融情。记叙文原本要求“登山则情满于山,观海则意溢于海”,讲究寓情于事、情景交融。广播电视节目的记叙文体凸显记叙文的这一特性,并可充分发挥。其中的艺术类作品,往往调动一切手段来营造人情、人性的至高境界,掀起一个个情感的高潮。

2. 议论文体

以说事论理为主要内容,以议论、说明为主要表达方式,主要使用概念、判断、推理手段,具备用论据证明论点的逻辑形态,表达了某种理论、见解、主张、意见、想法的文章,统称为议论文(或称说理文),议论文体是议论文的类别称谓。

广播电视节目文稿中的新闻评论、谈话类节目文本、政论片文本等,使用议论文体。这些节目在节目总量中所占数量不算多,但是给媒体“举旗、开路、定调”的,作用重大。

广播电视写作中使用议论文体的一种状态,是正常格式的文章并不多,很多文章成为了议论文的“变体”“别体”“另类”。如新闻评论,央视的《焦点访谈》归在新闻评论部,一期节目称为新闻评论,就与报刊新闻评论大异其貌,更与标准的议论文相去甚远。

从总体上看,议论文体的节目文稿灌注议论文体的精神气质,推崇“出思想”,弘扬正义与真理,著诚去伪。其表现,是始终坚持正确的舆论导向,新闻稿坚持探求真相,文艺类节目文稿追求“寓教于乐”。

3. 节目文稿的“准文章”和类文体

把广播电视写作文稿分为记叙文体与议论文体,其实是很勉强的。节目文稿中有的文章很难进行分类和归类。这有两种情形。

一种情形是“不像文章的文章”。因为是为广播电视节目而写,省去了由图像和音乐等手段去表达的内容,更省略了文脉上的过渡照应,所以,文章的体貌有些怪异,如前面提到