



现 · 代 · 传 · 播
MODERN COMMUNICATIONS

ESSENTIALS OF TV PROGRAMS

电视节目学

概要

壮春雨 著

浙江大学出版社

cctv

cctv



现 · 代 · 传 · 播
MODERN COMMUNICATIONS

G222.2/18

RBD50/03

电视节目学

壮春雨 著

概要

NEWS



浙江大學出版社

前 言

有位城市电视台台长对我说：“在我们的电视工作者中，许多人是未经过‘立正’、‘稍息’训练就‘齐步走’的，这对于进一步提高电视节目的品位和质量影响很大。”这话虽有谦逊之意，但仔细想想，不无道理。后来，我便萌发了写这本《电视节目学概要》的念头。

10年前，我参与了《中国广播电视学》^①的编撰工作。现在人们看到的那本《中国广播电视学》，是广播学和电视学的全称。广播和电视都是以无线电波或导线为载体，都以节目为最终产品，并担负大体相同的任务，二者有许多共性，将广播和电视作合并研究有其合理性。但是，广播学和电视学毕竟是两门独立的学科，当我们把广播节目和电视节目分开来研究时，就会发现它们之间有很大的差异。所以，电视节目学的研究，可以说是广播电视学的继续研究或衔接研究。

既然是在广播电视学基础上的继续研究，就必然要继承广播电视学的研究成果，本书在“节目要素”、“节目制作”、“节目分类”、“节目播出”等章节中，便吸收了程望杰、陆原、金戈、何大中等同志的部分论述，特在此说明。

本书是以初做电视工作的人和大学有关专业的学生为对

① 阎玉主编：《中国广播电视学》，中国广播电视出版社1990年第1版。

象写作的,初成于1992年8月。随后,便以其为教材,在浙江广播电视高等专科学校和浙江广播电视大学电视艺术分校试·达8年时间。根据电视实践的发展和教学过程中的体会,现将其修改出版。由于国内外关于这方面的研究尚未充分展开,特别是本人的知识和经验所限,书中不当或错误之处在所难免,恳望专家和读者指正。

在本书出版过程中,浙江广播电视高等专科学校党委书记吴国田给予了很多关心和指导;校长彭少健也给予了真诚鼓励和支持;尤其要提到的是副校长王文科做了大量协调、沟通和促进工作,并与作者、出版社多次交流意见,使本书的出版得以实现。对于他们的热情帮助,我由衷地表示敬意和谢意。

作者

2001年7月



目 录

第一章 总 论.....	1
第一节 电视概述.....	1
第二节 节目概念.....	6
第三节 建立节目学的意义.....	7
第二章 节目要素	11
第一节 节目要素分析	11
第二节 图 像	13
一、图像特性.....	13
二、图像表义.....	14
三、图像的局限性.....	26
第三节 美 术	28
一、美 术.....	28
二、字 幕.....	32
第四节 有声语言	34
一、语言在节目构成中的作用.....	35
二、语言在节目构成中的特点.....	38
三、节目语言的基本要求.....	40
第五节 音 响	44

一、音响在节目构成中的作用·····	45
二、节目音响的种类·····	48
三、音响结构·····	49
四、音响采制的要求·····	50
第六节 音 乐 ·····	52
一、节目音乐的特征·····	53
二、音乐在节目构成中的作用·····	54
三、节目音乐种类·····	55
四、节目音乐的结构形式·····	57
第三章 节目制作 ·····	60
第一节 节目制作的总体要求 ·····	61
一、连续画面的思维·····	62
二、声画一体的构思·····	62
三、节目系统观念·····	63
第二节 采 访 ·····	64
一、采访的一般原则·····	64
二、电视采访的特点和要求·····	66
三、镜头前采访·····	70
第三节 摄 像 ·····	75
一、摄像技术的基本概念·····	76
二、新闻摄像·····	80
三、电视剧摄像·····	87
四、其他节目摄像·····	91
五、摄像用光·····	91
第四节 编 导 ·····	99
一、编 辑·····	99



二、编 剧	109
三、导 演	115
四、导 播	124
第五节 播 音	128
一、电视播音与电台播音的共同性	128
二、电视播音的业务要求	130
第六节 主 持	141
一、主持人任务	141
二、主持人业务	143
第七节 制作技术	148
一、节目制作中的硬技术	148
二、节目制作中的软技术	150
三、合成技术和艺术	151
第四章 节目形式	155
第一节 节目内容与形式的关系	155
第二节 广播与电视在节目形式上的异同	157
第三节 电视节目的主要形式	158
一、录像报道	158
二、现场报道	160
三、现场直播	161
四、谈话节目	164
五、综艺节目	165
六、竞技节目	168
第四节 节目形式的变化与创造	171
一、关于节目形式的变化	171
二、关于节目形式的创造	172



第五章 节目分类	175
第一节 分类原则.....	175
第二节 分类方法.....	177
一、各种分法	178
二、现行分法	179
第六章 节目来源	185
第一节 我国电视节目源的沿革.....	185
第二节 节目源渠道.....	188
一、本台生产	188
二、台际、国际节目交流.....	192
三、购 买	197
第七章 节目编排	199
第一节 节目编排的一般规律.....	199
一、充分了解本台节目状况	200
二、透彻了解上级意图和观众需求	201
三、编制节目表	201
第二节 节目编排的特殊效应.....	202
一、最佳时间效应	203
二、“牵头节目”效应	205
三、“顶梁柱”效应	207
四、“反向编排”效应	207
第三节 具体节目编排.....	208
一、新闻节目编排	208
二、文艺节目编排	211



第四节 中外节目编排比较·····	216
一、美国电视节目编排的 10 条经验·····	216
二、法国“黄金时间”的节目安排·····	219
第八章 节目播出·····	222
第一节 播出节目的组成·····	222
第二节 节目播出中的编播工作·····	223
一、编制节目播出串连单·····	224
二、备齐播出所需的各种资料·····	224
三、送交全部播出材料·····	224
四、导 播·····	224
第三节 节目播出中的技术工作·····	225
一、传送节目·····	225
二、发射节目·····	226
第九章 节目制作者·····	227
第一节 节目制作者释义·····	227
第二节 节目制作者的素质·····	231
一、关于心理素质·····	232
二、关于政治素质·····	233
三、关于人品素质·····	234
四、关于业务素质·····	234
第三节 节目制作者的修养·····	238
一、重视培养职业特质·····	238
二、重视学习和积累·····	239
三、重视实干和锻炼·····	243

第十章 电视广告	246
第一节 广告纳入节目学范畴的根据	246
一、广告的传播方式具有节目性	248
二、广告的功能具有节目性	248
三、软广告形式具有节目性	249
四、广告制作具有节目性	249
五、广告审美具有节目性	249
第二节 电视广告的种类和形式	251
一、电视广告的种类	251
二、电视广告的形式	252
第三节 电视广告的特征	253
一、自然特征	253
二、内容特征	254
三、艺术特征	256
第四节 电视广告的创意和制作	258
一、广告创意	258
二、广告制作	264
第五节 广告词写作	268
一、有的放矢	268
二、真实、诚实	269
三、精彩、生动	270
附 文	273
电视业务观	275
论电视艺术	292
电视文化形态论	306



第一章 总 论

电视大体可分为两大部类。一个部类叫电视工程,属于理工;一个部类叫电视节目,属于文科。

本书是专门研究节目部类的事情的,名叫《电视节目学概要》,自然要从什么是节目讲起,而讲电视节目,就不得不先讲电视。

第一节 电视概述

电视,是英文 television 的译名,tele 是一个构词成分,表示“远”、“远距离”。vision 是“视”、“视力”、“视觉”的意思。两者并合,即可见远距离的景物,由此而解释为电视。

就“电视”这个词而言,是指一种通讯手段,即通过光电变换系统,使景物在一定距离之外迅速、连续地重现的通讯手段。就电视广播而言,它是通过无线电波或导线,向特定范围播送节目的大众传播媒介。

电视运动的过程是:第一,用电视摄像机和话筒摄取景物的影像和伴音,并将其转换为电信号;第二,传送和发射这个信号;第三,通过电视接收机里的显像管和扬声器将电信号转换为景物的光影图像、声音和色彩,并呈现于荧光屏。

“电视”、“电视台”、“电视广播”、“电视节目”这些概念,是既有联系又有区别的。

电视

电视是一种电子通讯技术手段,它本身并不具有社会属性,它可以用于广播,也可用于工业生产、医疗、教学、科研、军事等各部门,为各种目的服务。所以有工业电视、医用电视、教育电视、军用电视等称谓。而当电视被不同的阶级、政党、集团和个人所掌握,服务于不同的利益时,便具有了社会属性。

电视台

电视台是编制和发送电视节目的一种宣传机构,一种团体或机关。它的基本特征是:一、有一批职业传播者进行传播工作;二、具有编制电视节目的能力,并拥有进行电视广播的技术设备系统;三、服务于一定的目的。

世界上的各种电视台,按其经营形态分类,主要有三种类型:一、国营。如中国中央电视台(CCTV)、原苏联中央电视台(SCTV)、埃及广播电视台(ERTV)等;二、公共事业。如日本广播协会(NHK)、英国广播公司(BBC)、法国电视一台(TF1)等;三、私营。如美国广播公司(ABC)、墨西哥电视有限公司(TELEVISA)等。

按其体制分类,主要有四种类型:一、公共电视。基本性质为文化事业与公共事业,而非盈利事业。其主要目的在服务于民主政治,加强社会教育,提高人民文化水准,为公众提供健全的娱乐;二、政府电视。即电视台是政府的工作部门之一,其任务在配合政治目的,着重宣传政令与教育人民;三、政党电视。由执政党掌握和领导,以政府电视面貌出现。其主要性质为宣传工具,宣传政党的路线、方针和政策,进行思想和文化教育,为群众提供与其政治目的相一致的文化娱乐;四、商业电视。基本性质为盈利事业,主要特点是以娱乐争观众,以观众争取广告,以广告达到盈利。



电视广播

电视广播是通过无线电波或导线,向一定地区内播送图像、声音、色彩等电视信号的过程。

电视工作者、电视设备、电视观众,这三者是构成电视广播的三大因素。

电视工作者,即制作和播送电视节目的职业传播者。

电视设备,即运用于电视节目的采摄、制作、播出、传送、发射及覆盖的电子技术设备。

电视观众,即电视传播的对象,也即受传者与接受者。

这三者的关系是:前两者是和第三者发生联系的导体,第三者则是前两者结合后加于其上的对象。这一运动的过程,就是电视工作者运用电视设备,制作出使自己的思想具体化和形象化的节目,并将其播出,作用于电视观众,引起观众的变化,使观众适于自己的目的。

电视广播作为电子媒介与电声广播(即广播电台发音)有许多共同的特点,这主要是:

1. 传播对象广泛

无论是电声广播还是电视广播,其受众不受文化水平的限制,甚至是文盲,也可以有限度地接受传播内容。

2. 传播直入家庭

无论是电声广播还是电视广播,其受众可以在家里通过收音机和电视机直接接受,这可以说是大众传播史上的一次革命,它为人们创造了一种新的文化生活方式。

3. 传播速度极快

无论是电声广播还是电视广播,其信息以每秒钟 30 万公里的速度传播,几乎在播出的同时,受众即可接受。

4. 传播时效性强



这不仅是指它的传播速度快,更主要的是它能在事件发生的同时,直接把信息传给受众,这就是通常所说的现场直播,这是其他大众传播媒介无法做到的。

5. 传播超越国界

无线电波的扩散是不受国界限制的,通过地球人造卫星转播,其信息则可传遍全球。

以上是电声广播与电视广播共同具有的特点,除此之外,电视广播还具有自身独特的特性,这主要是:

1. 形象生动

电视广播是通过流动着的图像和声音相配合而运动的,因而它能给人以形象生动、身临其境的真实感。

2. 直观可信

电视具有纪实的优势,它不仅能像广播使人听到,而且能使人看到事件的本身,缩短了与受众的心理距离,给人以接近感、参与感,因而增加了可信度。

3. 功能多样

电声广播的信息符号只有一个——声音,而电视广播的信息符号有两个——图像和声音。电视广播是通过双项媒介——电子视讯和声讯,作用于人的双项感官——眼睛和耳朵的传播过程。就感觉而言,渗透人的单项感官的媒体,如报刊、书籍,通过文字,诉之于人的眼睛;广播,通过声音,诉之于人的耳朵,可以引起人们的想像,待人体会、琢磨,更多属于理智的范围。透过人的双项感官的媒体,如电视,通过图像和声音,作用于人的眼睛和耳朵,可以使人对客观事物的感受具体、直观、形象,好像置身其中,立刻得到感染,更多属于感情范围。这就使电视具有极大的兼容性和娱乐性,因而使其有功能的多样性。

电视的兼容性,是迄今为止任何一种媒体所无法比拟的。电视在得天独厚的技术优势下,把报刊、广播、剧场、电影院、音乐厅以



及文化教育、各类展览等诉诸听觉和视觉的全部或部分职能担负在自己的肩上。拥有一部电视机就如同拥有了一所学校、一个剧场、一所电影院、一个包罗万象的俱乐部。电影虽说也是综合艺术,但它却不能把电视“综合”进去,而电视则可以把电影“综合”进来。真可谓“咫尺荧屏,广阔天地”。

电视的娱乐性,也是迄今为止任何一种媒体所无法比拟的。所谓娱乐性,是相对理性而言。一般来说,娱乐的特性,就是较少经过理性思考的环节,通过对感官直接刺激而产生的愉悦。电视由于透过人的眼耳双项感官传递信息,是提供娱乐的理想工具,也是观众收看电视的基本欲望之一。

总之,电视既是空间展现上的时间艺术,又是时间延续中的空间艺术。它把时间艺术的表现形式和空间艺术的造型形式有机地交织在一起,并加之声音,构成了自己独特的表达方式和传播特点。无论是新闻报道,还是文化娱乐或生活服务,它在传播信息以及各种知识方面都具有极大的优势。

当然,各种传播工具都有自己的长处和短处。电视也有弱点:其一,电视图像长于传达形象和印象,而不善于传达思想和理论;其二,保存性差,除非有录像设备,否则,它传播的内容瞬息即逝,即便有录像设备,也难以像文字那样可以反复体会。

电视节目

电视节目是电视台播出的具体项目,是感染和影响观众的惟一的手段和形式。世界上不同国家的电视台,同一国家的不同电视台,虽然有不同的性质、不同的文化背景和不同的服务目的,但都是以播出电视节目为己任的。

人们通常所说的电视,实际上是指在电视屏幕上看到的电视节目。因此,研究电视,最重要的方面就是研究电视节目。



第二节 节目概念

所谓节目,从字面上讲,“节”字,是指物体的分段或两段之间的地方,如竹子分枝长叶处称“竹节”。其他如“骨节”、“时节”、“季节”、“情节”等,都是指一段一段的意思。“目”字,除了作眼睛或观看的解释之外,还有大项中分小项的含义,如“大纲细目”、“章、条、节、目”等。“节目”二字合用,就是以一定时段表现一定内容的那种形式。英文称节目为 PROGRAM。PRO 是字首,含预先准备之义。GRAM 是 Grammar(即文法)的缩写。二者拼在一起,即按预先的安排和文法的顺序进行者,就是节目。

“节目”,虽然是广播电视的播出单元,但并非广播电视所独有。许多艺术门类也是以节目形式作为其演出单元的,如一台文艺晚会中有音乐节目、舞蹈节目、曲艺节目等。

就整个广播电视节目的一般概念而言,节目是具有一定内容、形式、名称,在一定的时段内播出的,诉诸受众听觉、视觉的精神产品。

具体到电视节目来讲,电视节目,是电视工作者运用电视技术,将摄取的图像和声音素材,按预定的顺序和一定的章法,进行剪辑加工,分类、分段、排列组合而成的可供播出的精神产品。

电视传播形式的特点之一,是具有节目性。就是说,它的整个内容是通过分段、分节的节目形式传播的。每次播出,都是由若干个内容、形式、功能各不相同的独立节目有机构成。节目性原理,既适合于电视每天长时间播出的特点,又体现了电视的多功能作用。各个不同等级、不同层次、不同类别的电视台,虽然各自所处的地位不同,担负的任务不同,规模不同和所办节目的数量不同,但它们有一个共同的特征,就是他们都是生产和播出节目的。离开了节目运动系统,电视台就失去了存在的价值。因此,在电视台的内部



结构中,节目运动系统是其主系统,管理系统是为节目运动系统服务的从系统,其他直接或间接为节目系统服务的部门,如行政部门、研究部门、教育部门、群众工作部门、经营部门、表演团体、节目报、出版部门等,均是保障节目系统正常运转的支持系统。电视节目是电视台的灵魂,是电视台的生命,是电视台的第一语言。电视台的一切人员和设备都是为着生产和播出节目服务的。

第三节 建立节目学的意义

电视是 20 世纪 30 年代开始发展起来的大众传播媒介。它用先进的技术把图像、声音、色彩、文字结合在一起,构成了独特的表现方式。它具有新闻报道、知识传播、文化娱乐以及生活服务等多种功能,在人们的精神领域开辟了一个新天地,影响着人们的世界观、人生观、道德观、审美观以及生活方式。

从 1936 年 11 月 2 日英国伦敦市郊的亚历山大宫播出了世界上最早的电视节目以后,到 20 世纪 60 年代,电视已经遍及世界多数国家。今天,电视已成为群众性最广、影响最大的国际性传播工具。

中国从 1958 年 5 月 1 日建立第一座电视台——北京电视台(中央电视台前身)开始,电视事业的发展虽然遇到挫折,但总的来说,发展速度依然是很快的。1971 年,全国就建立起 32 座电视台,其中中央 1 座,地方 31 座。到 1989 年底,全国从中央到地方已建立各级电视台 469 座,共办 400 多套节目,全国电视机社会拥有量达 1.4 亿台,电视观众约在 6 亿人左右。到了 21 世纪初,中国电视产业开始走集团化道路,小型分散的电视台得到整合,无线台和有线台合并,台数虽有减少,但台属各专业频道却有所增加,电视机的社会拥有量以及电视观众的数量都在继续稳定增长。收看电视已成为家庭生活中不可缺少的组成部分,电视对家庭、对国家乃至