

新世纪全国高等教育
影视**动画**艺术丛书

动画

徐静君 徐涛 著

电视节目策划



国家教育部教学成果一等奖成果内容产品
国家教育部高等学校特色专业建设点专用教材
国家教育部动漫人才培养模式创新实验区专用教材
国家动画产业基地专用教材



国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

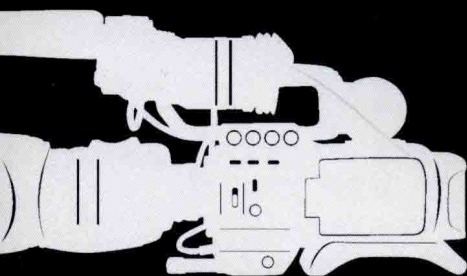
西南师范大学出版社
XINAN SHIFAN DAXUE CHUBANSHE

新世纪全国高等教育
影视动漫艺术丛书

动画

电视节目策划

徐静君 徐涛 著



国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

西南师范大学出版社
XINAN SHIFAN DAXUE CHUBANSHE

图书在版编目(CIP)数据

电视节目策划 / 徐静君, 徐涛著. — 重庆: 西南
师范大学出版社, 2014.7

(新世纪全国高等教育影视动漫艺术丛书)

ISBN 978-7-5621-6853-9

I. ①电… II. ①徐… ②徐… III. ①电视节目制作
—高等学校—教材 IV. ①G222.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第124064号

新世纪全国高等教育影视动漫艺术丛书

主 编: 周宗凯

电视节目策划 徐静君 徐涛 著

DIANSHI JIEMU CEHUA

责任编辑: 王正端 鲁妍妍

整体设计: 周宗凯 王正端

排 版: 重庆大雅数码印刷有限公司·刘锐

出版发行: 西南师范大学出版社

地 址: 重庆市北碚区天生路2号

邮 编: 400715

本社网址: <http://www.xscbs.com>

网上书店: <http://www.libshu.edu.cn>

电 话: (023)68860895

传 真: (023)68208984

经 销: 新华书店

印 刷: 重庆康豪彩印有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 8

字 数: 215千字

版 次: 2014年8月第1版

印 次: 2014年8月第1次印刷

ISBN 978-7-5621-6853-9

定 价: 45.00元

本书如有印装质量问题, 请与我社读者服务部联系更换。

读者服务部电话: (023)68252507

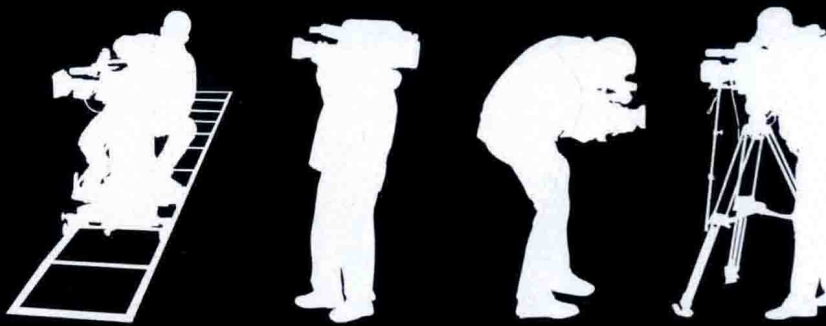
市场营销部电话: (023)68868624 68253705

西南师范大学出版社正端美术工作室欢迎赐稿, 出版教材及学术著作等。

正端美术工作室电话: (023)68254657 (办) 13709418041 (手) QQ: 1175621129



动画专业
标准教材
美术培训



国家教育部教学成果一等奖成果内容产品

国家教育部高等学校特色专业建设点专用教材

国家教育部动漫人才培养模式创新实验区专用教材

国家动画产业基地专用教材

序



动画是一门集艺术与技术于一体的学科。动画是当代文化的集合点——它包括了文学、电影、美术、音乐、传播等多个学科门类的内容。动画是当代文化一种特殊而典型的语言形式——我们生活中的大部分时尚形式似乎都与动画相关。动画又是一个产业——已成为世界创意产业中非常重要的组成部分。总之，动画不仅仅是一种艺术形式，更是一个庞大而复杂的系统性学科。所以，动画教育和人才培养是一个极具难度的课题。它不仅包含了庞杂的学术内容，又是一个复杂的系统工程，其中包含了复杂的工作流程，使教师在讲课过程中，既要面对美术方面的问题，又要面对影视方面的问题，还要面对软件使用等技术问题……从另一方面看，学生的作业练习也很难实施，动画作业不像广告、油画，可以由一个人在一两天或一周内做一个方案。一个创作性动画作业可能会历时一个月甚至更长时间，因为它的制作程序很复杂，必须花很多时间去完成其每一个步骤，而我们的课时又是有限的。此外，动画创作还涉及团队合作，从编剧到动画，再到技术制作，可能跨越几个专业或几个部门，没有团队的协作很难完成一部动画片，同时还涉及团队合作精神和工程规划设计流程管理等。怎么去实施这些内容的教学呢？这是个难题，是一个许多人正在努力研究的问题。要想编撰一套完整的、完美的，甚至真正对当今动画事业发展和动画教育有贡献的教材，实在是一件不容易的事情。但不论怎样，这是每一个业内人士和相关高校的教师责无旁贷的。我们有必要，也必须不懈努力地去完成它。

四川美术学院于1996年创建了动画专业，历时十余年，也经历不少曲折。如何培养出具有实作能力，能够服务于产业的人才，如何通过高校实力和科研人才推动我国动画产业的发展，一直是我們不断探究的问题。但动画学科和产业在中国都是刚刚起步，现成的试验平台和相关经验也很少，使我们面临的难度也比许多学科大得多。

动画教育应有什么样的模式和学科建设方式呢？我们在重庆广电集团的支持下启动了产、学、研相结合的教学模式，组建了视美动画教学实作基地，以课目项目化的方式实施教学改革，使同学能够在具体的电视动画的制作过程中去学习。我们每年可以生产三千七百多分钟的电视动画片，也使学生的作品能每天在电视台播出，通过收视率评价引入社会评估，使教学对接行业标准，适应社会需求，一方面通过引入的项目和实战平台促进教学，另一方面以高校的学科、人才资源支持产业发展。

特别值得一提的是，这套丛书的编写是集合了多个高校的专家学者共同研讨、论证而完成的，并在重庆市科学技术委员会的支持下建构了重庆高校动漫联盟，促成了高校之间的沟通、交流，共同高举产、学、研大旗推进教育改革。在编撰这套丛书的过程中，我最大的感受是参与这套丛书的各个高校都有自己的教学特色和独特的优势，来自不同高校的专家学者提出了许多独特见解。如果这套教材有幸能获得广大读者的认可，即应归功于这次合作。中国动画事业的发展，需要相关高校联合起来，实现信息互通、资源共享、力量整合，才能提升我们的教学实力，为中国动画事业的发展培养优秀的人才。在此感谢参与该套丛书的各高校领导和学科带头人的支持与指导。

在这儿，应特别感谢重庆市科学技术委员会。重庆市科委为我们搭建了一个让大家聚在一起的平台——重庆动画产业人才培训基地，这套丛书即是在这一平台中产生的，该基地也使这套教材有了检验的场所。

当然更应该感谢西南师范大学出版社将这套教材推荐给全国广大的读者和同行。在整个编撰过程中，他们的许多建议和努力促进了该教材的完善，并为这套教材的出版做了大量繁琐的事务工作，在此深表感谢。

丛书主编

周宗凯 教授 四川美术学院影视动画学院副院长

特邀专家顾问（排名不分先后）

罗力 四川美术学院校领导 / 四川美术学院设计学院院长 / 教授
 郝大鹏 四川美术学院副院长 / 教授
 周旭 原重庆市科学技术委员会主任 / 现任重庆市教育委员会主任
 潘复生 重庆市科学技术委员会常务副主任
 董小玉 西南大学新闻传媒学院院长 / 教授
 王东亚 原重庆市科学技术委员会高新技术发展及产业化处处长
 陈锋 原重庆市科学技术委员会社会发展处副处长
 周西庭 重庆重视传媒有限责任公司总经理

学术指导委员会成员（排名不分先后）

周晓波 教授 四川美术学院影视动画学院院长
 陈昌柱 教授 四川音乐学院成都美术学院动画系系主任
 夏光富 教授 重庆邮电大学传媒艺术学院常务副院长
 罗江玫 教授 重庆师范大学美术学院动画教研室主任
 罗瑶 副教授 江西理工大学应用科学学院艺术设计教研室
 游踪 工程师 重庆大学数字艺术研发中心副主任
 彭一虹 教授 重庆长江师范学院美术学院院长

编委会成员（排名不分先后）

刘兴 总经理 重庆视美动画艺术有限责任公司
 许世虎 教授 重庆大学艺术学院院长
 陈航 教授 西南大学美术学院院长
 曾强 副教授 重庆交通大学人文学院艺术设计系系主任
 邓旭 教授 原重庆师范大学美术学院院长
 胡虹 教授 重庆工商大学设计艺术学院院长
 柳小成 教授 原重庆长江师范学院美术学院副院长
 崔毅 教授 重庆三峡学院美术学院院长
 陈克 教授 原河南师范大学美术学院院长
 王天祥 教授 重庆当代视觉艺术文化研究中心主任 / 四川美术学院研究生处处长
 苏大椿 教授 重庆正大软件职业技术学院数字艺术系主任
 陈丹 高级工程师 重庆工商职业学院传媒艺术系系主任

参编单位（排名不分先后）

四川美术学院影视动画学院
 重庆视美动画艺术有限责任公司
 西南大学新闻传媒学院
 西南大学美术学院
 重庆大学艺术学院
 重庆邮电大学传媒艺术学院
 重庆交通大学人文学院艺术设计系
 重庆师范大学美术学院
 重庆工商大学设计艺术学院
 重庆教育学院
 重庆长江师范学院美术学院
 重庆文理学院陈子庄美术学院
 重庆三峡学院美术学院
 河南师范大学美术学院
 重庆工商职业学院
 重庆正大软件职业技术学院

重庆市科技计划项目资助教材

《非诚勿扰》为什么是生活服务类节目？

《爸爸去哪儿》是什么类型的节目？

2012年,《中国好声音》第一季(图1)引发收视狂潮,2013年,《中国好声音》第二季战胜众多歌唱选秀类节目,获得高收视、好口碑,这个节目怎么来的呢?

2013年,中国电视行业掀起“模式节目”热潮,被业内人士称为节目模式引进的“井喷年”,各大电视台引进、播出的模式节目近50档,《爸爸去哪儿》《我是歌手》《中国达人秀》《星跳水立方》《我们约会吧》……这些我们耳熟能详、广受欢迎的电视节目,都是从国外引进的模式节目。

事实上,引进节目模式带来的现实情况是利弊各半,有益的是引进模式节目并在版权方指导下进行制作,从业人员可以向版权方学习先进的制作理念和经验;弊端是会导致从业人员因此不愿花太多精力去创造和思考新的内容,都想走捷径,想通过花钱买节目模式去复制制作。

正是在这样的情况下,2013年10月,国家新闻出版广电总局下发通知,要求全国各卫视频道每年新引进的境外版权模式节目不得超过1个,并且不得在黄金时段播出;每季度择优选择一档歌唱选拔类节目在黄金时段播出。在打击形态雷同和创新不足的同时,在这份被称为“加强版限娱令”的通知中,鼓励创新并丰富节目类型:要求在重要节假日期间,每天全国各卫视频道中播出的电视晚会不得超过3台;各卫视频道每天至少播放30分钟的国产纪录片或少儿节目;各卫视频道的经济、文化、科教、生活服务、对农节目的播出比例,不得低于频道播出总时长的30%。

主管部门之所以有这种要求是有原因的。现在的节目雷同、扎堆现象愈演愈烈,2013年的夏天,观众的耳膜遭受了歌唱和音乐的超强轰炸:《中国好声音》《快乐男声》《中国梦之声》《最美和声》《中国最强音》《中国星力量》《我的中国星》……十几档歌唱选秀节目让人目不暇接,以至于很多观众发出这样的疑问:电视台不做唱歌的节目就没事可做吗?

那么,在我们身处的这个多屏化传播时代,观众究竟需要什么样的电视节目?我们自己的原创节目又在哪里?2014年,哪些类型的节目又将“风起云涌”,吸引观众的目光和注意力?

2014年,从已经公开的消息和行业内部消息综合来看,央视将推出的新综艺节目多达106档,而各大一线卫视纷纷将主要目标瞄准了喜剧类、亲子类、文化类、益智类这四种类型。

喜剧类节目遍地开花的局面正在形成,先是江西卫视《家庭幽默录像》一枝独秀,再就是2013年下半年浙江卫视《全民奥斯卡》(图2)和湖南长沙天择传媒《洗洗不要睡》等节目的热播,幽默视频节目逐渐走红,而2014年中央电视台即将推出的《CCTV家庭幽默大赛》则注定要在全国点燃这股热火。

前言



图1 浙江卫视《中国好声音》

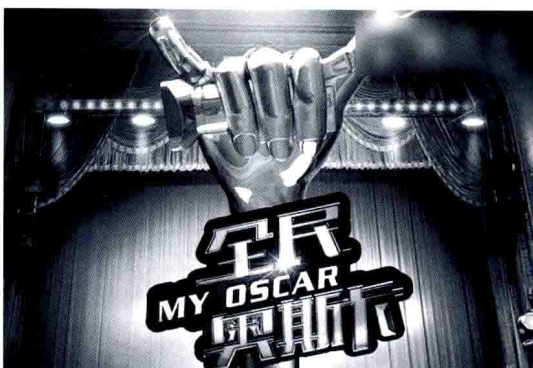


图2 浙江卫视《全民奥斯卡》

前言



据不完全统计，2014年有20多档喜剧类节目将登陆荧屏（节目名称以播出为准）。

1. 央视《喜剧王》。
2. 湖南卫视《就是让你笑》。
3. 江苏卫视《中国笑星》。
4. 浙江卫视《中国喜剧王》。
5. 安徽卫视《超级笑星》。
6. 东方卫视《笑傲江湖》。
7. 天津卫视《喜剧之王》。
8. 辽宁卫视《喜剧之王》《本山带谁上春晚》。
9. 湖北卫视《我为喜剧狂》《喜剧周末》。

10. 江西卫视《谁能逗乐喜剧明星》《整蛊大明星》《家庭幽默录像》等8档喜剧节目。

11. 贵州卫视《非常欢乐》。

12. 黑龙江卫视2014年致力打造“中国电视第一喜剧节目平台”，将陆续推出十档喜剧节目：《爱笑会议室》《真的假不了》《开心麻花街》《笑傲重量级》《奇妙新世界》《快乐家幽站》《百姓春晚》，等等。

伴随着2013年《爸爸去哪儿》的收视飘红，亲子类节目真的火了，2014年的电视荧屏上至少有24档亲子类节目：《家有儿女》《我猜我宝贝》《爸爸你好吗》《辣妈学院》《爸爸回来了》《因爱而生》《萌宠成长记》《爸爸请回答》《改造熊孩子》《宝贝看你的》《中国新生代》等。江苏、浙江、东方、安徽、湖北等多家卫视将制作播出以上提到的这些亲子类节目，唯一的区别在于，一线卫视请来明星当主演，二、三线卫视同类节目的主角则是草根居多。

文化类节目也风头正劲。2013年，央视《中国汉字听写大会》落幕第二天，河北卫视开播《中华好诗词》，请来赵忠祥做点评嘉宾；11月21日，河南卫视《成语英雄》开播，采用画画猜成语的方式，请来钱文忠、蔡志忠、崔永元助阵。河南卫视2014年三档重点节目《成语英雄》《汉字英雄》《跳动的诗词》，均以中华传统文化为关键词；央视的《中国汉字听写大会》2014年毫无悬念地将推出续集；河北卫视《中华好诗词》第二季也将参与竞争。

在2014年，各个卫视有十余档主打高智商的节目。有业内人士预测：在继歌手选秀的“回炉”怀旧金曲，以及明星爸爸带星宝贝“穷游”之后，“科学大爆炸”将强袭荧屏，掀起一场前所未有的“脑力风暴”。

湖南卫视将推出两档益智类节目，除了《谁比谁聪明》和《百万秒回答》，还有比拼拼音的《爱拼才会赢》。浙江卫视则有号称“益智版甄嬛传”的《谁敢站出来》，及《爸爸请回答》《王牌谍中谍》《三英战吕布》等多档益智类节目，几乎要改版成“益智台”。而江苏卫视推出的大型科学类真人秀节目《最强大脑》，在多位选手的比赛中挑选出最强大脑的候选人，最终与世界各国的天才一同PK。（图3、图4）

在过去的几年中，大量模式节目的引进，使我国的电视行业得到了蓬勃发展，为观众提供了更多的收视选择与感官愉悦，但在我国各地能够收看到的数十个乃至数百个电视频道中，都播出着“多台一面”的同质化节目，节目的原创性和差异性还远远不够。

现实给身处这个时代的电视人提了个醒：我们的原创力是不是太弱了？要改变电视节目“输入”大于“输出”的状态，除了对国外节目模式的学习外，还要努力从节目“制造”升级为“创造”，这样才能提升我们的电视节目的“本土”含金量。

事实上，节目模式背后，反映出电视行业的创意能力和制作水平，现在主管部门鼓励原创、行业内部呼唤原创、电视观众期待原创，为了提升整体电视节目创意和制作水平，需要电视从业人员乃至各知识领域专家齐心协力，共同进行头脑风暴，策划出适合当下观众的创意与表现形式，而这更有待于已经进入这个行业的从业人员和未来将进入这个行业的年轻人一起不懈努力。

国际电视行业已经进入全球流通的时代，中国当然不能缺席，现在的联合研发、联合制作，对于中国电视人来说，是学习和提升自我的必要途径。在未来，中国的电视从业人员也要创新、策划、制作出我们自己的节目模式，为观众奉献更多更好的电视节目，这正是我们学习和掌握“电视节目策划”基本知识的意义所在。

为便于相关专业学生学习本课程，本书结合行业现状，从关于电视的基本知识、电视节目的分类及其定义、各个类型的电视节目基本策划方法等方面进行讲解。

在这里要特别感谢重庆广播电视集团（总台）卫星频道为本书提供了大量的资料素材。

前言



图3 浙江卫视《王牌谍中谍》



图4 江苏卫视《最强大脑》剧照





目录 CONTENTS

第一章 关于电视

- 1.1 电视的定义 1
- 1.2 电视的特征与局限 2
- 1.3 电视制作技术相关概念 5

第二章 电视节目

- 2.1 电视节目定义 12
- 2.2 电视节目的类型 12

第三章 电视节目策划

- 3.1 电视节目策划的界定 14
- 3.2 电视节目策划人 18
- 3.3 电视节目策划的基本要求 19
- 3.4 电视节目策划程序 25
- 3.5 国外电视节目策划 26
- 3.6 电视节目模式 31

第四章 电视新闻节目策划

- 4.1 电视新闻节目定义及特点 38
- 4.2 电视新闻节目类型 39
- 4.3 电视新闻节目策划基本要求 41
- 4.4 电视新闻消息策划 42
- 4.5 电视新闻栏目策划 44

第五章 电视综艺娱乐类节目策划

- 5.1 电视综艺娱乐类节目定义 50
- 5.2 电视娱乐类节目分类 52
- 5.3 电视综艺娱乐节目元素 55
- 5.4 电视综艺娱乐栏目结构 57
- 5.5 电视综艺娱乐栏目策划 60

第六章 生活服务类电视节目策划

- 6.1 生活服务类电视节目的定义及特点 62
- 6.2 生活服务类电视节目分类 64
- 6.3 生活服务类电视栏目策划 66

第七章 教育类电视节目策划

- 7.1 教育类电视节目的定义和特点 69
- 7.2 教育类电视节目的分类 70
- 7.3 教育类电视栏目策划 73

附录

- 一、美国 ABC 电视台新闻杂志栏目《i-CAUGHT》分析 74
- 二、国际新闻评论类栏目《今夜看世界》策划案文字版 75
- 三、国际新闻评论类栏目《今夜看世界》策划案 PPT 版 78
- 四、NBC 电视台版《1 VS 100》与湖南卫视《以一敌百》对比分析 87
- 五、综艺娱乐类栏目《魔法 3 人行》策划案文字版 90
- 六、综艺娱乐类栏目《魔法 3 人行》策划案 PPT 版 93
- 七、《魔法 3 人行》市场营销策划案 PPT 版 99
- 八、生活益智服务类栏目《生活大不同》策划案文字版 112
- 九、电视栏目策划书参考模板 114

参考文献 116



第一章 关于电视

说起电视，人们再熟悉不过，如今的城市家庭里，有的家庭会有两三台电视机，几十个电视频道播放着不同的电视节目。在很多家庭，看电视成为重要的娱乐方式，那么关于电视，什么内容是我们有必要了解的呢？

1.1 电视的定义

电视，英语单词是Television，意思是指从远处或远距离传送画面，在中文里，可指电视、电视机、电视节目或电视业。

1900年8月25日，法国人波斯基在巴黎的世界博览会上，首次使用了“Television”这一英文名称。而“Television”一词是源于希腊语，即“tele”（远处）和“vision”（景象）的结合。这个组合词语虽然形象地概括了电视的主要技术特征，但从组合元素而言，未能包含“voice”（声音）这一元素，这或许是因为当时的电视正处于试验阶段，还只是体现在图像和传输方式上。

关于电视的定义，辞典中有多种解释。

《现代汉语词典》：利用无线电波传送影像的装置，由发射台把实物的影像变成电能信号传播出去，电视机把收到的信号再变成影像映在荧屏上；用上述装置传送的影像。

《新华词典》：将活动景物的图像和声音变成电信号，通过无线电波和导线传播出去，并使图像和声音重现的过程，通常分黑白电视和彩色电视两种；利用上述过程传送的图像；电视接收机的简称。

《辞海》：电视是传送图像的一种广播、通信方式，它是应用电子技术对静止或活动的景物影像进行光电转换，然后将电信号传送出去，使远方能及时重现影像。

归结起来，尽管以上定义在用词上有所不同，但关于电视的基本元素是相同的。因此，可以这样定义电视：这是一种利用电子技术及设备，通过有线或无线的方式，进行远距离传送活动图像信号和音频信号，供观众收看的传播工具和大众媒体。

1936年11月2日，英国广播公司（BBC）在伦敦郊外的亚历山大宫，以一场规模盛大的歌舞表演开始了电视节目的正式播出，这一天，也被认为是世界电视的生日。

1958年5月1日19时整，我国第一家电视台——北京电视台（中央电视台的前身）开始试验播出，同年9月2日开始正式播出。

1958年10月1日，我国第二家电视台——上海电视台开始试验播出，次年10月1日开始正式播出。

1958年12月20日，我国第三家电视台——哈尔滨电视台开始播出。我国开始逐步建立了相应的电视工业。

1973年5月1日，北京电视台开始试播彩色电视。

1973年10月1日，北京电视台正式开始播出彩色电视节目。

1978年5月1日，北京电视台正式改称“中央电视台”。

现在，专门从事电视收视数据调查统计与分析的央视-索福瑞媒介研究有限公司（GSM）每天要对全国1253个电视频道（包括央视频道、各省级卫视、地面频道、数字频道等）的收视情况，进行24小时不间断调查，并为自己的客户提供收视数据统计。

作为20世纪最伟大的发明之一，电视的出现与迅速发展，极大地改变了人类社会的生活形态、生活习惯和信息传播方式。电视不仅可以在第一时间向观众传递各类时事资讯（例如使用直播方式），同时也成为世界上最为普及和便捷的休闲娱乐方式。

随着技术的进步和互联网的发展，到现在电视已经有了很大的变化，从最早的无声电视到有声电视，从黑白电视到彩色电视，从无线电视到有线电视，从模拟信号电视到数字信号电视，再到如今的卫星电视、高清电视、IPTV（交互式网络电视）、手机电视、移动电视、平板电视等。第四次信息革命的结晶——电视，与第五次信息革命的结晶——网络，相互竞争，又相互融合，进入信息传播的多屏化时代，从而使得电视这个以声画并茂为主要特点的传播工具与手段，仍然在更广阔的传播空间发挥着不可替代的作用。

1.2 电视的特征与局限

1.2.1 电视的特征

1.技术性

电视制作必须以技术设备和技术手段为基础。在技术层面，电视节目的拍摄制作包括三种方式。

（1）ENG：电子新闻采集

ENG是Electronic News Gathering的缩写，字面意思是电子、新闻、采集。这种制作技术是指使用便携式的摄像、记录设备，采集电视新闻或其他节目。ENG方式非常适合于现场拍摄，但它所获取的素材还需要在电子编辑设备上剪辑，分为前期拍摄和后期编辑两个阶段。这种技术与电缆通信、微波通信、卫星通信技术结合，可以用便携式摄像机与发射装置、传送系统连接，实现电视新闻直播。（图1-1）

(2) EFP: 电子现场制作

EFP 是 Electronic Field Production 的缩写。这种制作技术是以一整套设备连结为一个拍摄和编辑系统，现场拍摄与现场编辑同步进行的电视制作方式。EFP 是电视技术迅速发展的产物，它是一种适用于“野外”（准确地说“电视台外”）作业的电视制作方式。这种制作方式要求必须具备两台以上的摄像机，一台以上的视频信号（图像）切换台，一个音响操作台及其他辅助设备，如灯光、话筒、录像机运载工具等。

(3) ESP: 电子演播室制作

ESP 是 Electronic Studio Production 的缩写。它主要是指演播室节目制作系统，即借助演播室及其配套的电视节目制作设备进行的节目制作。

同时，很多电视节目的制作还需要后期制作，从早期对编机的线性编辑发展到现在的非线性编辑系统，后期制作的技术越来越强大，功能越来越丰富，为电视节目制作提供了有力的保障。

非线性编辑是相对于线性编辑而言的。非线性编辑是直接从计算机的硬盘中以帧或文件的方式迅速、准确地存取素材进行编辑的方式。非线性编档系统是以计算机为操作平台的专用设备，可以实现多种传统电视制作设备的功能。编辑时，可以不按照素材的长短和顺序的先后进行制作，可以随意地改变素材顺序，随意地缩短或加长某一段。（图1-2、图1-3）

制作好的电视节目如何传送到电视机中去的呢？这就涉及传输途径和方式，比较常用的有无线电波、有线网络、宽带网、卫星等方式，而接收这些电视信号就需要各种电视机，因此，电视节目从制作到播出，有很细致的技术要求，都是以电子声像技术和硬件设备为基础的，离开了技术手段与技术设备，电视就失去了存在的可能。

2. 时效性

无线电波的速度是多少？30万千米/秒。也就是说，无线电波一秒钟可绕地球跑七圈半。这样的速度，使得人类在地球上的任何一个地方，只要有相应的发射和接收设备，都能在第一时间收到其他地方发出的无线电波讯号。这个特性使电视与广播、互联网一样，成为当今世界上传播信息最为迅速的媒介工具，在传播速度上，纸质的报刊书籍完全无法与之相比。



图 1-1 ENG 设备，即便携式摄录一体机



图 1-2 非线性编辑系统

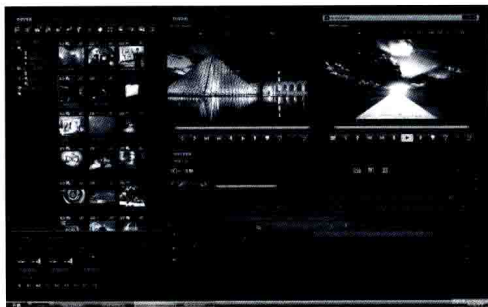


图 1-3 非线性编辑系统编辑界面

电视的这一特性，在新闻节目中表现得尤为突出。例如电视现场直播，它是事件的发生、拍摄制作、播出、受众接收“四位一体”，同步进行、0秒误差。受众可以通过电视机同步知晓新闻现场的情况，相比之下，现场报道也更受观众喜欢。

现在，即便基于互联网技术发展起来的各种新媒体已经并且将继续冲击传统媒体的地位，分流观众群体，但电视因其普及程度和长久以来形成的权威性，依然是广大观众迅速获知重大新闻的主要传媒工具。

3. 广泛性

(1) 电视传播范围广泛

电视可以通过电波和传输导线传播，无线电波借助通信卫星和接收工具，就可以向无限宽广的地域和受众传送信息。特别是卫星电视传播，在技术不设限制的情况下，即不受时空的限制，没有国界，就可以将信号覆盖到地球的各个角落，使得世界成为“地球村”。因此，其传播范围十分广泛。

(2) 电视观众广泛

收看电视不会受观众文化程度的限制，甚至有不少电视内容，观众仅仅通过图像，就可以大体知晓传播的内容。随着电视机的广泛普及，观众在自己家中就可以知晓天下大事。因此，电视覆盖的广泛性和受众的广泛性，也就成为电视作为大众传媒的必然属性。

(3) 电视传播内容广泛

电视传播的节目内容丰富多样，涉及人类社会和自然界的各个方面，如新闻、综艺娱乐、影视剧、教育、体育、音乐等，可以满足不同观众的需求。

4. 直观性

平面媒体图文的最高境界是“如闻其声、如见其人”，广播是“闻其声、如见其人”，电视是声光电的艺术，“声画同步、声画一体”是电视制作设备赋予电视的特有属性。在传播时，声、光、电同时作用于人的视觉和听觉，具有很强的感染力，而且可信度强，因此，带给受众的直观感受和现场感觉自然要强于平面媒体和广播。

随着电视制作技术的不断发展提升，电视节目制作技术越来越先进，从模拟信号到数字信号，从标清到高清，甚至到三维技术；从灯光、舞美设计、服装、化妆、道具，到电视特技、三维制作、虚拟效果等技术，使得电视传播的画面信息结合声音产生强烈的视听刺激，让观众感受到传播内容的直观效果。

5. 参与性

一方面，电视从业人员为了吸引观众，提升收视率，会制作与大众生活相关的各种节目，可以让观众互动参与；另一方面，由于电视具有远距离传播、近距离观看的特点，使得很多观众置身于节目内容中，例如观众观看感兴趣的体育赛事直播，各类竞赛类节目的同步直播，思维就会被带入其中，进而有参与感。

同时，从最早的观众来信、电话互动，到手机普及后的短信参与节目互动，再到基于新媒体技术而出现的使用微博、微信、二维码参与节目互动，这些手段的使用和推广，为观众实时参与节目提供了更为便捷的互动途径，大大增强了观众对于节目的关注度，使电视的单向传播变为一定意义上的互动传播，具有重大意义。

1.2.2 电视的局限性

正是电视特有的传播方式与接收方式，给电视带来了难以回避的局限性。

1.电视收看方式较为随意

电影观众是自己主动选择在黑暗的电影院中观看电影，这样可以心无旁骛，因为其身处一个密闭空间。而绝大多数电视观众是在自己家里收看电视，可以不用像阅读报纸杂志那样专心致志，观众完全可以自由支配，拿着遥控器随意地选择自己喜欢的频道和节目，或者边做家务边听电视的声音，所以有人称现在的电视为“伴随媒体”。

现在使用互联网、平板电脑、手机媒体的人越来越多，全天不同时段的使用率，与电视观众打开电视机的高峰时间高度重合。随着越来越多电视频道的出现，加上新媒体上的各种视频内容也越来越多，电视观众的分流和观众在多屏之间转换的新习惯，已经成为电视行业必须面对的现实。这种现实，被行业人士称为传播的“碎片化时代”和“多屏化时代”。

2.电视节目播出的即时性

电视台对电视节目的编排和播放，是按照从早到晚的时间顺序安排的，呈线性状态，即电视台事先制订好节目编排表，按顺序播出制作好的电视节目，形式上单向发送，受众没有主动选择权，传播内容一闪而过，难以留存，这就区别于平面媒体可以反复阅读、留存查阅的特点。但这个问题现在已经得到解决，像互动电视、IPTV和网络视频节目，已可以做到对电视播过的节目进行回看、点播，并且可以下载保存。数字机顶盒也具备了点播和回放功能，观众对自己喜爱的电视节目，可以做到想看就看，传统电视的这个缺陷，在与新媒体的融合和新技术的使用中得到了一定的弥补。

1.3 电视制作技术相关概念

1.3.1 录播、直播、转播

常规的电视节目，在制作方式上无外乎录播、直播和转播三种。

1.录播

通俗地说，就是先录制，再制作，后播出。最早的电视节目都是用摄影机拍摄的，成本昂贵，且拍摄过程、胶片冲印过程、成片播出过程都很复杂，还容易出现失误，所以最早的电视节目，都是在拍摄完成之后再行后期制作，至少3天以后才有可能播出。现在，一些不讲求时效，或者是需要精心制作的节目，通常还是采用录播的方式。

2.直播

简单地说，就是电视节目的录制与播出同步实现。

《广播电视辞典》中将“直播”界定为：广播电视节目的后期合成、播出同时进行的播出方式。

电视现场直播是最能充分体现电视媒介传播优势的播出方式，给电视节目的摄制和播出提供了强大的技术支持。电视台为了与其他媒体竞争，也为了提高效率，经常会直播某些新闻和重大事件。