

CHILDREN'S TELEVISION

儿童电视学

陈舒平 著



北京广播学院出版社

学术顾问:王 甫
李小健

儿 童 电 视 学

陈舒平 著

北京广播学院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

儿童电视学/陈舒平著. - 北京: 北京广播学院出版社, 2003.5

ISBN 7-81085-177-2

I. 儿… II. 陈… III. 儿童-电视工作-研究 IV. G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 035307 号

儿童电视学

作 者: 陈舒平

责任编辑: 冬 妮 欣 雯

封面设计: 阎 岩

出版发行: 北京广播学院出版社

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电话: 010-65738557 65738538 传真: 010-65779405

网 址: <http://www.cbbip.edu.cn>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京中科印刷有限公司

开 本: 787×1092 毫米 1/16

印 张: 24.5

版 次: 2003 年 5 月第 1 版 2003 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 7-81085-177-2/N·76

定价: 45.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

● 序 言

中央电视台副台长 胡 恩

1979年4月,世界上第一个儿童电视频道——美国的尼克罗迪恩频道开播,截止到2001年,据不完全统计,全世界共有三十多个国家和地区的电视机构开办了四十多个青少年和儿童频道,包括我国港澳台地区都设有儿童专业频道。这足以证明,儿童电视具有广阔的市场和蓬勃的生命力。而电视制作机构也把其放在极为重要的地位,可以说,儿童是他们争夺的主要观众、主要市场。

中国是世界上人口最多的国家,也是世界上儿童最多的国家。改革开放以来,我国的儿童电视事业有了飞速的发展,取得了令人骄傲的业绩。但是与西方发达国家相比,我国儿童电视的发展还有很大的差距。同时,儿童电视节目也没有形成产业化经营的大格局。这与我国的大国地位和日益蓬勃发展的少儿电视节目市场都是不相称的。在此情况下,《儿童电视学》一书的出版,对我国的儿童电视发展从理论上和实践上无疑将能起到积极的推动作用。

儿童与电视不仅是一个电视专业的问题,也是一个重大的社会问题。电视影响着一代儿童,已经成为儿童生活中不可缺少的部分,对儿童的生长发育、心理和性格塑造以及知识的获取都起到了重要作用。同时,儿童电视又担负着教养儿童的责任。所以儿童电视节目不同于其他任何种类的电视节目,它具有独特的极其重要的特殊地位。本书作者较好地把握和包容了以上内容,使这本书在注重研究儿童电视节目的同时,也着重研究电视与儿童成长的关系(如:电视广告与儿童、电视与儿童暴力等),使本书兼具电视专业和社会问题研究两大功能,具有独特的电视理论地位。

中国有三亿多少年儿童,是世界上最大最为固定的电视收视群体,中国无疑将成为一个儿童电视节目的巨大市场,也必将成为一个儿童电视节目制作的重要基地。这当然需要一种实用性强的理论来支持。该书致力于形成这种理论和实践相结合的实用性的新型学科理论,针对儿童电视的价值、地位、作用、种类、风格特点以及儿童电视发展趋势等都作了详细深入的研究和阐述,对每一种儿童电视节目的样式,既有理论分析,又有策划和制作的具体操作方式,使理论和实践紧密结合,注重理论性和实践性的统一。

《儿童电视学》基本上涵盖了儿童电视节目所有的内容和样式,也对与之相关或相对应的其他电视理论进行了吸纳,实现了一次电视学科的整合,使其更具针对性、实用性。尤其随着今后电视频道的专业化发展,其应用性将越来越强。

我相信,在未来众多的专业化电视频道中,覆盖全国的少儿电视频道将以勃勃的生机和崭新的风貌与观众见面。

因此,儿童电视学——这一新的电视理论的诞生,正如具有极大市场的儿童电视节目一样,前景广阔,极具活力和生命力以及巨大的发展空间。



陈舒平

中国作家协会会员，中央电视台青少年中心导演。出版有电视解说词选《青春设计师》、纪实文学《共和国元首之死》、精短小说集《绿色的山谷》、报告文学集《生命如歌》、影视剧本选《他们正年轻》、电视作品集《永远的童年》等著作。

喜爱的颜色：天蓝色

喜爱的格言：天道酬勤

喜爱的植物：竹子

喜爱的诗句：咬定青山不放松
立根原在破岩中
千磨万击还坚韧
任尔东西南北风

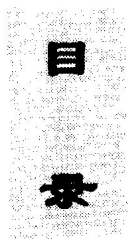
HAI13/01

□ 责任编辑：冬妮 欣雯

□ 封面设计：阎岩

内容简介

中国有三亿多儿童，是世界上最大的电视收视群体之一。本书对儿童电视的价值、地位、作用、种类、风格特点以及国内外儿童电视状况和儿童电视的发展趋势，做了深入细致的研究，是目前儿童电视研究方面比较全面的一本专著。在注重研究儿童电视节目节目的同时，也对电视与儿童成长的关系给予了极大的关注。



序言/胡 恩

/1

第一章

儿童电视节目的地位

/1

第一节

儿童电视节目的定位

第二节

儿童电视节目的发展历程

第三节

儿童电视节目的社会价值

第四节

儿童电视节目的文化价值

第五节

儿童电视节目的经济价值

第六节

儿童电视节目存在的问题与对策

第二章

儿童电视节目的功能

/20

第一节

知识教育

第二节

人格培养

第三节

趣味娱乐

第四节

培养想像力和创造力

第五节

维护儿童权益

第三章

儿童电视节目的风格特点

/40

第一节

民族性、时代性

第二节	快节奏、大信息	
第三节	童真、童趣	
第四章	儿童电视节目的分类	/49
第一节	按题材分类	
第二节	按类型分类	
第三节	按年龄分类	
第四节	按制作方式分类	
第五章	儿童电视的媒介形态	/55
第一节	儿童与电视媒介的关系	
第二节	儿童电视节目中的儿童角色	
第三节	儿童电视与性别差异和城乡差异	
第四节	儿童电视与儿童制作	
第五节	儿童电视要表达的儿童价值观	
第六章	儿童电视新闻节目	/78
第一节	儿童电视新闻的作用	
第二节	儿童电视新闻栏目设计	
第三节	儿童电视新闻的播报形式	
第四节	让儿童自己做新闻	
第七章	儿童电视专题节目	/91
第一节	儿童电视专题节目的内容和范畴	
第二节	儿童电视专题节目的纪实特色	
第三节	儿童电视专题节目的制作	
第四节	儿童电视专题节目的解说词	
第五节	儿童纪录片	
第八章	儿童电视游戏节目	/122
第一节	电视游戏节目的发展	
第二节	儿童电视游戏节目	
第三节	儿童电视游戏节目的种类及制作	
第四节	电子游戏的利与害	

第九章	儿童音乐电视节目	/137
第一节	儿童歌曲创作的特点	
第二节	儿童音乐电视——MTV	
第三节	校园歌曲与儿童电视卡拉 OK	
第十章	儿童电视教育节目	/149
第一节	知识教育节目	
第二节	艺术教育节目	
第三节	语言教育节目	
第四节	家庭教育节目	
第五节	科普教育节目	
第十一章	儿童电视综艺节目	/175
第一节	综艺节目的电视化	
第二节	综艺类板块节目的编辑	
第三节	儿童电视文艺晚会	
第十二章	动画节目	/187
第一节	动画片的制作理念	
第二节	动画片制作的对象性	
第三节	动画片的音乐	
第四节	中国动画片如何走向世界	
第五节	动画片的发展方向	
第十三章	儿童电视剧	/210
第一节	儿童电视剧状况	
第二节	儿童电视剧创作特点	
第三节	儿童电视剧创作谈	
第四节	国外儿童电视剧	
第十四章	儿童戏剧节目	/226
第一节	人偶剧(卡通剧)	
第二节	音乐剧	

第三节	儿童剧场	
第十五章	儿童电视节目编导	/232
第一节	永远的童心	
第二节	广阔的知识面	
第三节	忧患意识	
第十六章	儿童电视节目主持人	/241
第一节	儿童电视节目主持人的发展状况	
第二节	儿童电视节目主持人的角色定位	
第三节	儿童电视节目主持人栏目化	
第四节	儿童电视节目主持人角色化	
第五节	儿童主持人(小记者)	
第十七章	儿童电视栏目设置	/255
第一节	栏目的特征及设置方法	
第二节	儿童电视栏目的设置	
第三节	儿童电视栏目设置方案	
第十八章	儿童电视节目的制作特点	/281
第一节	声音的运用	
第二节	镜头的把握	
第三节	剪辑的技巧	
第十九章	儿童与电视广告	/286
第一节	电视广告的特征及导向	
第二节	电视广告适合儿童的收视特点	
第三节	成人电视广告对儿童的影响	
第四节	儿童电视广告对儿童的影响	
第五节	儿童参与电视广告制作的法律问题	
第六节	规范儿童电视广告市场	
第七节	看紧广告,保护儿童(美国的广告与儿童)	

第二十章	电视节目与儿童暴力	/298
第一节	残酷的现实	
第二节	电视——儿童最亲密的伙伴	
第三节	电视暴力节目——儿童的反面教员	
第四节	健康的电视节目是儿童健康成长的基础	
第二十一章	世界儿童电视发展状况	/310
第一节	动画世界色彩纷呈	
第二节	各国儿童电视节目状况	
第三节	东西方儿童节目日渐交融	
第四节	世界儿童节目的新追求:寓教于乐	
第五节	国际儿童广播电视日	
第二十二章	儿童电视节目发展趋势	/333
第一节	频道化	
第二节	集团化	
第三节	数字化	
第四节	市场化	
附一:金童奖		/372
附二:德国慕尼黑青少年基金会		/375
主要参考文献		/379
后记		/381

第一章

儿童电视节目的地位

儿童电视节目,顾名思义,就是为儿童制作的电视节目和供儿童观赏的具有儿童特色的电视节目。它在整个电视节目中的地位和自身特殊的地位(包括社会的、文化的、经济的)将是我们本章论述的内容。

第一节 儿童电视节目的定位

节目的定位,是节目地位的重要内容。只有找准了节目的定位,确定了正确的节目定位,才能为整个电视节目的地位奠定扎实的基础。

一、节目收视对象的定位

儿童电视节目,其收视对象主要就是儿童,那么儿童的准确定义又是什么呢?

儿童是人类生命的一个时间概念,它代表着不同的历史时期的同一人群。按照国际通用的准则,儿童是指 18 岁以下的未成年人。所以,我们的儿童电视节目的对象主要是指这一特定的人群。^①

据 1999 年末中国人口统计,全国 0~14 岁人口占全国人口总数的 25.4%,也就是说每四个人中就有一个少年儿童。

根据教育部基础教育司的统计:全国的中小学校和幼儿园有七十多万所,

^① 1989 年 11 月 20 日联合国大会通过的《儿童权利公约》第 1 条规定:儿童系指 18 岁以下的任何人,除非对其适用之法律规定成年年龄低于 18 岁。本书中所用儿童、少年儿童、青少年等称谓均指 18 岁以下的儿童。

在校生 2.5 亿人,加上婴幼儿和失学儿童等等,全国的儿童总数约为三亿多人。如果将儿童的年龄段延长至 18 岁,那么,中国的儿童总数则为四亿多人。

二、节目表现对象的定位

对这个问题,长期以来在理论上并没有被完全认同。有人认为,“儿童节目就是表现儿童”,无非是唱歌跳舞、“小猫小狗”、“学学做做”,扩大点便是智力竞赛、学雷锋做好事。这种看法似乎“对象性”很强,想努力表现儿童的东西,实际上,这是用成人的传统思维去套孩子,把儿童的视野局限在狭小的“儿童圈子”里,只反映了儿童“自己的世界”。

儿童电视节目的收视对象主要是儿童,儿童电视节目所表现的对象(或称拍摄对象)则不仅仅局限于儿童了,它应该是多层次、多方面的。只有这样才能使儿童受到多方面的教育,得到多方面的启迪。总之,一切有利于增长儿童知识、寓教于乐、寓智于玩,促进儿童健康成长的拍摄内容都可以成为儿童电视节目的表现对象。

从受众心理讲,现代儿童的心理,已不是有些人想像的那么单纯,他们的好奇心、求知欲、想像力趋于早熟,或像人们所说的“小大人”。他们常常提出一些幼稚可笑而又出人意料的新奇问题,他们的兴趣已涉及宇宙万物,他们的想像力无边无际,犹如“天马行空”。他们已不满足于只看“自己的世界”,还想看到自己心目中的“大人世界和自然界”。

从创作艺术上讲,表现对象的年龄特征不是区分儿童节目的标志,这是显而易见的。如纪实性专题片《少年启示录》虽然是反映全国十佳少年儿童之一——边荣诏在逆境中成长的事迹,但它将镜头扩展至当今社会所关注的热门话题——孩子教育,当然不属儿童片。相反,以反映邓颖超、聂荣臻等老一辈革命家青少年时期生活为题材的系列电视片《英才风华录》,由于截取了他们童年生活与战斗的一个侧面,且在内容上是对少年儿童进行革命传统教育的好教材,在表现形式上又符合少年儿童的心理特点,所以它可算是儿童题材的节目,还获得了“金童奖”的一等奖。

由此可见,少儿节目的表现对象不局限于少年儿童,而有其广阔的天地。关键在于把握当代儿童的心理特点,研究他们的接受能力和审美情趣,了解他们的未来使命,寻求独特的思路与视角,创作出富有对象感的丰富多彩的节目。

三、节目形态的定位

节目的形态包括:节目的内容、种类及风格特点,也就是说,是节目自身的定位。

首先,节目的形态应该是儿童化的。即从儿童的视点、儿童的趣味出发来制作节目。这样的儿童电视节目才更具有儿童性。

其次,节目的形态应该是儿童喜欢的,也就是说,儿童电视节目的受众要能够接受它、认可它、喜欢它。从这些节目中,儿童能获取丰富的信息,同时,也能将自己的观点反馈给

节目制作者。使儿童电视节目的形态不断完善,不断创新和进化。

其三,儿童电视节目的形态应得到社会的认可和共识。好的儿童电视节目,不仅仅儿童爱看,成人也会被吸引过来,这方面有不少成功的例子。例如动画片《狮子王》、《人猿泰山》、《西游记》、《宝莲灯》等。

总之,儿童电视节目的形态应该是儿童化的,而其中又包孕着闪光的智慧、丰富的知识和趣味的一种具有灵性的特殊形态。这种形态具有无限的生命力和巨大的发展潜力。当然,更具有大众性和社会性。

第二节 儿童电视节目的发展历程

儿童电视节目,是伴随着电视一起产生和成长的。也就是说从电视诞生之时起,少儿电视节目也就产生了。世界儿童电视的发展是这样,中国儿童电视节目的发展也是这样。1958年9月,中央电视台的前身——北京电视台正式开播时,就设有少儿栏目,名称叫《小小俱乐部》。

近年来,我国少儿电视事业有较大的发展。少儿电视工作比较落后的局面正在得到改观。无论是中央电视台,还是地方电视台,节目数量不断增加,节目质量有所提高。老栏目得到改造,新栏目相继推出,精品节目逐渐增多,少儿电视工作队伍逐渐扩大,横向联合日益加强,对外交流逐步拓宽,各方面工作取得了一定成绩。主要表现在:

一、节目数量不断增加、播出量大

1995年中央电视台有青少年儿童栏目三个,即《大风车》、《同一片蓝天》、《第二起跑线》。1996年,卫星少儿电视(第七套节目)开始试播,每天播出少儿节目4.5小时,正式播出时增设至12个栏目。从1993年起开办了专门播出国产动画片栏目的《动画城》,每周一次,每次30分钟。卫星频道开播以后,《动画城》栏目改为每天播出30分钟国产动画片,数量是外国动画片的近三倍。1997年时,中央电视台平均每天播出少年儿童节目450分钟,即7.5小时,比10年前增加了十倍多,比5年前增加了9倍。

据初步统计,全国各省、自治区、直辖市电视台和市级电视台现有少儿栏目78个,比10年前增加了3倍,比5年前增加了近三十个栏目。现在全国省市台平均每天播出少儿节目三百九十多分钟,比10年前增加了四倍多,比5年前增加了两倍多。

1995年,北京电视台有两个栏目,平均每天播出1小时,上海台、天津台、广东台等省级台都办有固定栏目,基本做到了每天下午六点前后、双休日和节假日播出少儿节目。有的市、县电视台也播出一些少儿节目。

犹太人的生意经大家都知道:盯住女人和儿童的口袋,因为两者是最大的消费群体。

电视也同样,丰富多彩的儿童节目和风格各异的电视剧构成了世界各国电视台节目播出时间总量上的两大支柱。

注意,这里没有任何排斥和贬低新闻节目的意思,新闻节目仍然是一个电视台的主导节目,我这里指的是播出时间总量这个框架上的两大支柱。而且大多在黄金和准黄金时段播出。

以 CCTV 一套为例:

新闻联播 30'	} 2 小时
晚间新闻 30'	
午间新闻 30'	
正点新闻 30'	

多为滚动播出,重播较多。(新闻评论专题除外)

以早 7:00~24:00 播出 17 小时计算,新闻节目约占 11.76%。

儿童节目:

大风车 40'	} 5.2 小时(由于节目轮换播出, 每天平均 3.5 小时)
动画城 30'	
芝麻开门 10'	
儿童剧场 120	
同一片蓝天 60'	
第二起跑线 60'	
(十二演播室 30'除外)	

以早 7:00~24:00 播出 17 小时计算,儿童节目约占 20.5%。占整个频道的 1/5 时段。而且,儿童节目是天天有的。

以 CCTV 七套为例:(见图表 1)

儿童节目每天播出 4.5 小时。

以早 8:00~24:00 播出 16 小时计算,儿童节目约占 29%。占整个频道的 1/3 时段。

二、儿童电视栏目丰富多彩

中央电视台 1958 年 9 月正式开播就设有少儿栏目《小小俱乐部》,可见对少儿节目十分重视。30 多年来不断发展调整,从《七巧板》《天地之间》《同一片蓝天》《和爸爸妈妈一起看》等,直到现在的《大风车》《东方儿童》《第二起跑线》等。

全国各省市电视台也均开办有儿童电视栏目(见图表 2)

图表 1 CCTV-7 少儿节目暨《东方儿童》播出时间表

星期 时间	一	二	三	四	五	六	日
8:30	动画城 30'	动画城 30'	动画城 30'	动画城 30'	动画城 30'	动画城 30'	节目预报 5' 8:35 第二起跑线 50'
9:00	东方儿童 60'	东方儿童 60'	东方儿童 60'	东方儿童 60'	东方儿童 60'	东方儿童 60'	9:25 第二起跑十二演播室 30' 节目预报 5'
15:00	儿童短剧 10'	儿童短剧 10'	儿童短剧 10'	儿童短剧 10'	儿童短剧 10'	非常之旅 30'	小飞龙剧场 80'
15:10	芝麻开门 10'	芝麻开门 10'	芝麻开门 10'	芝麻开门 10'	芝麻开门 10'		
15:20	东方儿童 60'	东方儿童 60'	东方儿童 60'	东方儿童 60'	东方儿童 60'	15:30 精彩屋 50'	
16:20	大风车 40'	大风车 40'	大风车 40'	大风车 40'	大风车 40'	大风车 40'	大风车 40'
20:00	东方儿童 60' 大追踪 七巧板 非常之旅	东方儿童 60' 天天动画 七巧板 星星剧场 儿童音乐	东方儿童 60' 天天动画 七巧板 和爸爸妈妈一起看	东方儿童 60' 天天动画 七巧板 星星剧场 儿童音乐	东方儿童 60' 天天动画 七巧板 和爸爸妈妈一起看	东方儿童 60' 信息树 天天动画 七巧板 星星剧场 儿童音乐	东方儿童 60' 天天动画 七巧板 和爸爸妈妈一起看

在省、市电视台中,上海台的《开心娃娃》、广东台的《金色年华》、天津台的《五彩贝》、北京台的《七色光》、黑龙江台的《小天鹅》、辽宁台的《小小园地》、四川台的《金色年华》、吉林台的《快乐时光》、云南台的《七色花》、湖南台的《蒲公英》、广西台的《好朋友》、河北台的《幼苗》、河南台的《校园内外》、宁夏台的《小燕子》、福建台的《小星星》、山西台的《花儿朵朵》、贵州台的《太阳雨》、新疆台的《雪莲花》、安徽台的《七彩路》、青岛台的《快乐星期六》以及哈尔滨台的《丑小鸭》等都是成立较早、在各地甚至全国有一定影响的栏目。

中央电视台在 1995 年“六·一”儿童节,推出了新改版的少儿栏目《大风车》。《大风车》把原有《七巧板》、《天地之间》等 6 个少儿栏目重新改造,集零为整,统一包装,突出了少儿栏目的整体感,加强了节目对象性、时效性和延续性,扩大了少儿节目的播出量和信息量,受到广大少年儿童观众的欢迎,收视率比改版前提高 1 倍。

为了适应新形势,满足少儿好奇、好新的需求,中央台和地方台都积极创办新栏目。1991 年以来,全国新创办的少儿栏目有 28 个。这些栏目大多起点高、立意新、可视性较强,很快为孩子们所喜爱。如 1994 年中央电视台开办的中学生栏目《第二起跑线》,一出台就受到中央领导和广大中学生的好评。还有像天津台的《月亮船》、山东台的《剪子、包