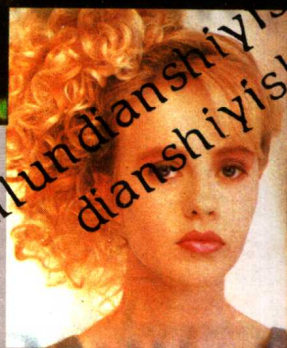
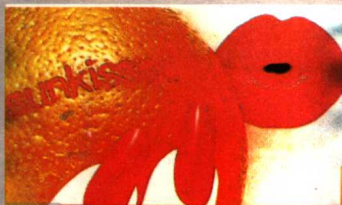


電視意識論



● 劉 炘 ●

# 電視意識論

電視節目制作者的一切制作實踐活動都是在其一定的  
電視意識指導下進行的。

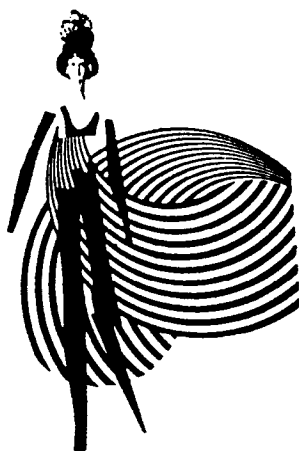
正確的電視意識是節目制作者提高節目品位的根本。



# 電視意識論

---

劉 炘 ●



● 敦煌文藝出版社

(甘)新登字第 06 号

责任编辑:魏宏泽

封面设计:钟 嵘

版权设计:绮 德

## 电 视 意 识 论

刘 炘

敦煌文艺出版社出版

(兰州第一新村 81 号)

甘肃省新华书店发行 兰州八一印刷厂印刷

开本 850×1168 毫米 1/32 印张 10.875 插页 4 字数 264,000

1991 年 3 月第 1 版 1991 年 3 月第 1 次印刷

印数:1—4,525

ISBN7-80587-051-9/I·45 定价:7.75 元



## 作者簡介

劉 焮，蘭州市人，  
1947年8月生。1966年  
高中畢業，1968年到甘  
肅玉門市下鄉插隊，  
1970年開始從事藝術攝  
影創作、新聞攝影報道  
和電視新聞採訪攝影，  
1985年畢業於西北師大  
政治系政治理論專業，  
現在甘肅電視台負責新  
聞工作。

在從事電視新聞工  
作期間，由他主創、與他  
人合作的四集系列電視  
節目《中國哈薩克族》獲  
全國優秀電視民族專欄  
節目一等獎、《哦！青青  
的阿萬倉》和《吉隆坡  
印象》分別獲得全國優  
秀電視新聞專題節目二  
等獎和三等獎；另有20  
多條電視新聞和論文在  
全國級評獎中獲獎。多  
次赴國外學習進修和採  
訪攝制節目。

1984年榮獲“全國  
優秀新聞工作者”稱號。

## 序 言

洪 明

我从事电视工作将近三十年，纷繁的工作实践使我漫游在多彩的电视世界，直接间接接触了许许多多、各种各样的电视节目，亲眼看到中国电视节目在前进、在发展，亲眼看到一大批人才精英在成长。从工作实践中，我深深体会到如何把中国电视事业建设得更加精密、有秩序、有质量、有品位，那就必需有人作宏观上的、理论上的总体思考。先进的科学结晶——电子技术固然重要，但更重要的是人的建设、理论的建设。

这几年，电视界已经开始重视理论的建设，在我主编的一些书籍、刊物上也大力提倡理论思维和方法论的探讨。但是由于电视界一个“通病”，做的多，写的少，著书立说更少，近年来，虽然有了一些电视方面的书籍，也是外国译著多，非电视工作者写的多，所以，特别希望各种学会、协会、研究会来一次实际的推动，帮助有实践经验的电视工作者，写出一大批有光彩、有内容、有理论的文章和专著来，我深感到电视节目提高的后劲，在于管理上的升华，理论的建设，人的素质的提高。

刘忻同志以他的读书的积累、实践的经验，写出了一本富有理论性、实践性的电视著作，为电视界同行著书立说开了先锋。

刘忻同志用了近两年业余时间写了二十六万字的著作，这是

毅力和智慧的结晶,其中融汇了一些新的思维方法和科研成果,总结了自己实践中的经验和思考,他的这本《电视意识论》,包括七个章节,即电视效益的观念,电视对象观念,电视审美观念、电视系统观念、电视符号观念、电视技巧观念、电视创新观念。作者对电视的功能、特征、主客观作用作了认真的、整体的、理性的思考。

电视是当今世界最具有说服力、渗透力的大众媒介,也是最具魔力改变人们思维、行为、生活方式的有形空间,电视文化对社会有着巨大的冲击力,它传递大量信息,影响着人们的信仰、好恶、美丑、知识、思维方式和行为模式。产生了电视语言、电视钟、电视墙、电视结构、电视节奏等新的概念和话题,电视给世界带来多少活力,但控制不好也会产生破坏力,电视的功能是客观存在,值得我们很好的运用和把握它。

电视的地位与日俱增,实际效应可以是很好的,也可以是坏的,也可以是意义不大的,许多电视节目引起争论,引起共鸣,有的无声无息,如何去正视这些现象和研究这些现象,调整这些现象,这是很复杂的整体结构,一切不是孤立现象、偶然现象,而是要深入内涵去研究、去比较。作者正是从这一点出发,对电视这一特定的魔盒作了全面的观念性思考。书中提到的许多问题,都是电视理论和实践中带关键性的问题。如搞电视首要问题心中要有观众,如何做到开机有益,这不是官样文章,而是电视工的出发点和落脚点,就拿一年一度的春节晚会来说吧,它是全国收视率最高的节目,连续办了九年,总结其成功与失败经验,体会最深的就是要珍惜观众的分分秒秒,每个节目都要从思想、艺术、娱乐、格调、品位等方面使观众有所收益,一台好的晚会,都是由于经过制作者系统地精心策划、组织思考而取得的成果。书中提到的另一个重要问题是提倡创新观念,艺术贵在创新,作为高科技、多工种、快节奏的电视,需要不断开发,不断组合,使各类节目常变常新,要全面把握电子技术所能达到的可塑性,兼顾声、形、色综合形象,把思想、艺术、

品格作完整的探求，在同一个时间空间中给人以更多的丰富的视听兼备的形象，拓宽到屏幕外的更多联想。创新意识包括如何调动好画面、色彩、声音、背景、形象、文字等感染力、想像力，把有限的空间作无限的扩展。的确，这些都是得从理论上、从加强电视意识的观念上很好研究的问题。

电视是由各类节目组成，而每个节目都是一个系统，包括人力、物力、财力，编、采、录、播、服、化、道等，每个节目都是众多智慧的集合，如果都能在电视工作者的决策观念上，个人修养上下功夫，特别是在加强电视从业人员的电视意识上下功夫，效果就会大不一样。作者有一段话说的很好，他说：“电视意识的有与无、强与弱、直接关系到电视文化的提高与发展，电视节目制作者只有树立和增强电视意识。才能够切实地按照电视特有的性质和规律去制作节目，才能以最小的投入取得最大的产出，才能真正提高节目品位和整体社会效益”。

我以自己从事电视工作的体会，结合作者的论述，感到书中提出的问题，都是电视理论的基本建设问题，是提高电视节目思想、艺术、品位的关键所在。相信这本书会在电视界同行中起冲击作用，撞击更多有才能的人来思考来写作，再次希望电视工作者能动口、动手、动脑，出好节目，好文章，共同为建设中国电视理论宝库贡献智慧。

1991、1、20



# 目录

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| 序言 .....                    | 洪民生 1 |
| 前言 .....                    | 1     |
| <br>                        |       |
| 第一章 电视效益观念 .....            | 6     |
| 一、电视文化是十分重要的社会化因素 .....     | 9     |
| 1. 社会成员都要不断地社会化 .....       | 9     |
| 2. 做“四有新人”是人的社会化的时代要求 ..... | 11    |
| 3. 电视文化是人的社会化的有效手段 .....    | 13    |
| 4. 电视文化有着不可忽视的副功能 .....     | 16    |
| 二、节目制作者要把社会效益放在首位 .....     | 20    |
| 1. 注重社会效益是节目制作者的神圣职责 .....  | 20    |

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 2. 节目制作者手中出效益 .....            | 23 |
| 三、坚持宏观调控,微观搞活的方针 .....         | 25 |
| 1. 电视传播过程是社会控制过程 .....         | 25 |
| 2. 新闻节目要坚持正面报道为主 .....         | 30 |
| 3. 文艺节目要突出主旋律,坚持多样化 .....      | 34 |
| 4. 电视要促进群体文化建设 .....           | 37 |
| 5. 电视要突出地域文化特色 .....           | 42 |
| <b>第二章 电视对象观念</b> .....        | 48 |
| 一、先要认识自己的传播对象——观众 .....        | 48 |
| 1. 观众是赋予节目以目的和意义的绝对条件 .....    | 50 |
| 2. 为什么要重视研究对象 .....            | 51 |
| 二、电视观众是极为特殊的观众 .....           | 54 |
| 1. 观众的观赏需求呈多层次 .....           | 54 |
| 2. 观众有各自的思维定势 .....            | 62 |
| 3. 观众有不可忽视的参与欲望 .....          | 70 |
| 三、站在观众角度制作节目 .....             | 74 |
| 1. 要尊重观众并真诚地为观众服务 .....        | 75 |
| 2. 明确观众的基本需求 .....             | 76 |
| 3. 重视观众观赏的兴趣点 .....            | 79 |
| 4. 按不同层次观众的需求制作编排节目 .....      | 82 |
| 5. 让观众最大限度地参与节目 .....          | 84 |
| 6. 搞好节目反馈是确立电视对象观念的最实际步骤 ..... | 86 |
| 四、把握观众欣赏心理 强化观众欣赏动机 .....      | 88 |
| 1. 欣赏节目要有欣赏的心理条件 .....         | 88 |
| 2. 激发、强化欣赏动机是欣赏活动进行的必要条件 ..... | 92 |
| 3. 调动电视手段,激发、强化观众欣赏动机 .....    | 94 |

### 第三章 电视审美观念..... 100

#### 一、观众在观赏节目中产生美感 ..... 102

|                                      |            |
|--------------------------------------|------------|
| 1. 观众都有审美要求、审美能力 .....               | 102        |
| 2. 审美心理结构决定审美功能 .....                | 105        |
| 3. 提高观众审美能力, 激发审美创造能力 .....          | 107        |
| 4. 电视多样化的审美因素带来了良好的审美效果 .....        | 109        |
| 二、电视节目美是节目制作者审美意识的结晶 .....           | 111        |
| 1. 电视美是节目制作者审美意识的物化形态 .....          | 111        |
| 2. 节目制作者审美意识决定节目审美价值 .....           | 115        |
| 3. 创造美受节目审美特点制约 .....                | 119        |
| 4. 创造美以观众的审美感受为依据 .....              | 123        |
| 三、节目制作者赋予节目审美价值的目的在于提高观众的审美意识 .....  | 126        |
| 1. 激发观众美感, 影响以至改变观众的审美心理先结构 .....    | 126        |
| 2. 激发观众美感, 最大限度地使节目获得观众的认同 .....     | 128        |
| 四、把握观众审美要求, 增强节目审美效果 .....           | 130        |
| 1. 把握观众审美的时代性 .....                  | 131        |
| 2. 要适应我国观众的审美心理结构 .....              | 133        |
| 3. 把握观众的“期待视野”, 作到审美心理结构的同形同构 .....  | 137        |
| 4. 注意利用审美通感, 增强视听形象的美感 .....         | 139        |
| <b>第四章 电视系统观念 .....</b>              | <b>142</b> |
| 一、一个个电视节目是一个个系统 .....                | 143        |
| 1. 一切处于系统之中 .....                    | 143        |
| 2. 电视节目系统的形态 .....                   | 145        |
| 3. 电视节目系统的特征 .....                   | 148        |
| 4. 电视节目系统的组成要素 .....                 | 152        |
| 5. 电视节目系统的组建是一个复杂的系统决策过程 .....       | 154        |
| 二、系统思维方法是电视节目创优的钥匙 .....             | 157        |
| 1. 系统思维方法 .....                      | 157        |
| 2. 运用系统思维方法将使节目制作者的决策观念发生根本性变革 ..... | 158        |

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 三、电视节目系统的功能是由其结构决定的 .....        | 163 |
| 1. 每个节目都有自己的结构 .....             | 164 |
| 2. 特定节目结构产生特定的节目功能 .....         | 165 |
| 3. 节目采摄编过程是建立节目结构的过程 .....       | 169 |
| 四、制作优秀节目的关键是建立节目系统的合理结构 .....    | 173 |
| 1. 建立系统的合理结构是社会实践的一个重要目标 .....   | 173 |
| 2. 依据协同原理建立节目系统的合理结构 .....       | 176 |
| <b>第五章 电视符号观念</b> .....          | 187 |
| 一、符号——信息传播的载体 .....              | 187 |
| 1. 符号 .....                      | 188 |
| 2. 符号的功能 .....                   | 189 |
| 3. 我们生活在“符号的宇宙” .....            | 190 |
| 4. 没有符号,人类无法交流 .....             | 192 |
| 二、电视节目的传播是电视符号的传播 .....          | 193 |
| 1. 电视文化的本质是传播 .....              | 193 |
| 2. 电视节目的传播是电视符号的传播 .....         | 194 |
| 3. 电视节目制作者电视符号的制作者 .....         | 196 |
| 三、电视的符号 .....                    | 197 |
| 1. 电视符号 .....                    | 197 |
| 2. 电视符号的构成 .....                 | 198 |
| 3. 电视符号的特点 .....                 | 205 |
| 四、实现电视符号功能的关键环节是编码和释码的一致 .....   | 208 |
| 1. 代码——传播者和接受者都能理解、共同遵守的规定 ..... | 208 |
| 2. 实现“同构”是电视节目制作者的目标 .....       | 210 |
| 五、遵循电视媒介规律,科学运用电视符号 .....        | 212 |
| 1. 全面认识电视符号的功能 .....             | 213 |
| 2. 提高运用电视符号的技巧 .....             | 213 |
| <b>第六章 电视技巧观念</b> .....          | 222 |

|                                          |            |
|------------------------------------------|------------|
| 一、巨大的成就常常就是技巧问题 .....                    | 223        |
| 1. 技巧观念 .....                            | 223        |
| 2. 技巧是人类创造性的劳动成果 .....                   | 227        |
| 3. 最有价值的知识是关于方法的知识 .....                 | 228        |
| 4. 巨大的成就往往是一个技巧问题 .....                  | 230        |
| 二、电视节目制作过程中的技巧 .....                     | 232        |
| 1. 电视节目制作技巧的特点 .....                     | 232        |
| 2. 节目制作中不同阶段的技巧运用 .....                  | 234        |
| 3. 技巧和方法是节目制作者才能结构的重要要素 .....            | 236        |
| 4. 注重“软件”投资,提高技巧水平 .....                 | 239        |
| 三、电视节目制作有关技巧探索 .....                     | 243        |
| 1. 节目选题的技巧原则 .....                       | 243        |
| 2. 节目的整体设想的技巧 .....                      | 246        |
| 3. 节目时间的宏观控制技巧 .....                     | 248        |
| <b>第七章 电视创新观念</b> .....                  | <b>250</b> |
| 一、电视创新观念是节目制作者优化节目结构、<br>提高节目品位的动力 ..... | 252        |
| 1. 创新是人类永恒的目标 .....                      | 252        |
| 2. 电视文化自身发展呼唤着节目的创新 .....                | 254        |
| 3. 节目制作者都有丰富的创新潜能 .....                  | 258        |
| 4. 节目的创新取决于思维水平 .....                    | 260        |
| 二、具备创新个体格局是电视节目制作者实现创新的基<br>本条件 .....    | 263        |
| 1. 创新是内外因素的综合效应 .....                    | 263        |
| 2. 创新个体格局——创新阶段的内部因素 .....               | 265        |
| 3. 节目制作者创新个体格局的构成 .....                  | 266        |
| 三、品德结构、智能结构、创新结构 .....                   | 267        |
| 1. 品德结构——电视节目制作者创新个体格局的动力和方向 .....       | 267        |

|                                        |     |
|----------------------------------------|-----|
| 2. 智能结构——电视节目制作者创新个体格局的源泉和基础 .....     | 278 |
| 3. 创新结构——电视节目制作者创新个体格局的灵魂和<br>核心 ..... | 297 |
| 四、从制作节目实际出发,努力优化个体创新结构 .....           | 299 |
| 1. 节目制作者最佳创新结构的特性 .....                | 299 |
| 2. 电视节目创新的标志 .....                     | 300 |
| 3. 节目制作者优化创新结构的思路探索 .....              | 302 |
| 五、提高创造性思维力是创新的重点 .....                 | 311 |
| 1. 创造性思维力是一种综合性的思维力 .....              | 311 |
| 2. 节目制作者创造性思维力的构成及特性 .....             | 313 |
| 3. 培养创造性思维力的途径 .....                   | 315 |
| 主要参考书目 .....                           | 324 |
| 后记 .....                               | 326 |
| 附:电视新闻专题《哦!青青的阿万仓》镜头、解说表 .....         | 328 |

## 前 言

电视，这一现代文明的宠儿，自“呱呱”落地以来，就以它自身不可比拟的传播手段和在社会生活中极为重要的角色，震动了这个星球。它以极为逼真的动态形象把男女老少紧紧吸引到自己面前；它以极为自由的时空跨度拓宽着现代人的视野；它以极为迅捷的速度传播着多层次大容量信息；它以视听结合的现场感，使人们视万里之遥，听瞬间之音，观天瞻地于方寸之间。其“魔力”一会儿把地球变小，一会儿又把地球放大。它使时间不成其为时间，使空间不成其为空间。人们不得不惊呼，电视已经是我们文化生活中不可缺少的一部分。

可以毫不夸张地说，电视正在迅速改变着人们传统的生活方式、思维方式，迅速成为当代人刮目相看的普及性大众文化，成为加速人们社会化进程的大众传播媒介，成为我国社会主义精神文明建设的重要的现代化工具。在电视地位日益重要，观众对电视节目要求越来越高，节目制作者探讨如何提高节目品位的形势下，我们是否冷静地思考过：是一种什么东西指导和调整电视节目制作者作出一批批电视节目？播出的电视节目，为什么既有思想性和艺术性完美结合、群众喜闻乐见的电视节目，也有粗制滥造，缺乏认识价值和审美价值的平淡无奇的节目，甚至还有一些不利于社会发展、不利于人们社会化进程的一些糟粕呢？当然，这些节目都是通过电视节目制作者的采、录、编活动完成的。但是在这个复杂的过程中，有一种起主导作用的，我们看不见而又往往被我们忽视的重要东西，它就是指导电视节目制作者制作实

践、决定节目最终效果的电视意识。

马克思有一段话极为形象地揭示了这个问题：“蜘蛛的活动与织工的活动相似，蜜蜂建筑蜂房的本领使人间的许多建筑师感到惭愧。但是最整脚的建筑师从一开始就比最灵巧的蜜蜂高明的地方，是他在用蜂蜡建筑蜂房以前，已经在自己的头脑中把它建成了。劳动过程结束时得到的结果，在这种过程开始时就已经在劳动者表象中存在着，即已经观念地存在着。”建筑师具备的可贵的东西，正是所有动物不具备的东西——意识活动。

电视节目制作者的采、录、编活动，正是在他们一定的意识活动指导下进行的。正确科学的电视意识引导制作者沿着成功的发展方向发展，制作出有利于社会、有利于人民的节目。反之，则走向失败。

意识，似乎抽象而神秘，实际上与我们形影不离，无时无刻地存在于我们每个人的头脑中，指导着我们的一言一行，一举一动。人是有意识的，人类的一切实践活动都是在自身意识的指导下有目的有意图的进行的。

意识是人所特有的一种高级反映形式和人脑的机能。人的意识首先被看作是一种认知结构。人一旦有了这种认知结构，对外界的作用物就会作出有意义的估价，取舍趋避等选择。因此，它不只是在于反映客观事物，而是在于控制和调节人的活动。

电视节目的采、录、编活动和人类从事的其它活动一样，是一种意识调控下的有目的的行为，不论我们感觉到还是没有感觉到，认识到还是没有认识到，它作为一种机能，总是客观地存在于我们的头脑之中，总是时刻控制和调整着我们的电视采、录、编实践活动，并决定着节目的性质和质量。电视节目制作者正确的电视意识是我们制作各类电视节目的根本和基础。

但值得令人深思的是，我们一些专业和业余的节目制作者，在繁忙的制作实践中，并没有完全认识到决定电视节目优劣的根源

在于节目制作者的电视意识的水平，在于自己头脑中的“软件”；还不懂得指导电视节目制作的根本在于开发和提高电视意识这个极其重要的“软件”，也不十分懂得树立、增强电视意识将是电视节目制作中实现“优质高产”的、事半功倍的法宝，从而以为只要掌握了一定的技术、技巧、就能“玩转”电视。有鉴于此，我萌发了尝试探讨电视意识这一问题的愿望。

本论要谈及的电视意识，简单地说，是善于运用电视工具进行电视节目采、录、编工作的观念，是电视节目制作者在采、录、编的实践过程中通过对电视媒介本质特性和内在联系的认识，向外部动作转化中形成的一种自觉控制和调节自身电视节目采、录、编实践的思维活动，即把工作方式和工具性能结合起来的一种机能。

电视意识的功能是意识与被反映对象发生联系和作用的能力，也即其反映控制能力。电视意识从其构成看，就是意识的主观世界的观念性关系，它由意识内部的各种观念子系统组成，具体说，电视意识是由电视知识观念、电视意向观念和电视决策观念三大观念有机统一的主观世界，它们既是组成电视意识的三个子系统，又是电视意识形成的各个阶段和过程，三者相互依赖，相互渗透，一定条件下相互转化。

电视知识观念，是电视节目制作者在采、录、编实践中，对电视媒介由感性到理性认识的客观反映，它提供和回答了“电视是什么”的观念，它解决了节目制作者对电视媒介特殊性的认识，是电视意识形成的最基本的因素，其作用在于向节目制作者提供了有关电视的信息并以此把握它。

电视意向观念，是在电视知识观念基础上经过节目制作者进一步加工制作的观念，它是节目制作者的主观倾向、主观愿望，是一种具有趋向性和目的性的观念，这种主观倾向是意识对节目制作者采、录、编活动的驱动力量，是主观上产生的在电视节目制

作中“要做什么”的观念，它以关于“电视是什么”的知识观念为前题。对电视认识的知识观念水平越高，电视意向观念的水平就越高。

但是单凭电视知识观念和电视意向观念是不足以调控电视制作活动的，最终支配电视节目制作实践活动的，则是电视决策观念，即用来直接调控电视节目制作活动的观念。电视决策观念是关于我们在电视节目制作实践中“做什么”以及“怎样做”的观念。它是以意向观念为基础，又以知识观念为背景，贯彻节目制作者的主观思想，又符合事物的客观法则。只有它才能解决应该可以做什么以及怎样去做的问题，所以电视决策观念是电视意识的最后一个阶段，是知识观念和意向观念的有机合成。它指导电视节目制作者如何按电视特殊规律办事，即如何去作，是电视采、录、编活动付诸实现的观念。

电视意识是由电视知识观念、电视意向观念、电视决策观念三大系统观念构成的。这三大观念系统不是截然分开的，在更深层次上又是由很多子系统观念构成的。

基于此，本论共分七章，分述了电视效益观念、电视对象观念、电视审美观念、电视系统观念、电视符号观念、电视技巧观念和电视创新观念。效益观念是电视意识中的主干和中枢，其它观念围绕着效益观念，可以看作是效益观念的进一步延伸和展开。这些观念并不是电视意识的全部，只是由于它们在电视节目制作中具有举足轻重的作用，是一些主要的、当前电视实践中迫切需要认识的一些问题。另外还有如电视文化观念、电视艺术观念、电视现场观念、电视时空观念等以及其它一些观念，这里不一一论述了。

由于诸观念之间相互联系、相互渗透、相互转化，各个观念之间又有包容、交叉的关系，论述中难免有重复之感。

本论所说的电视节目，泛指屏幕上播出的一切节目。本文所