



当代广播电视教程·新世纪版

电视节目形态： 创新的观点

陈虹等著

复旦博学



电视节目形态： 创新的观点

陈虹等著



复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视节目形态:创新的观点/陈虹等著. —上海:复旦大学出版社,2013.9
当代广播电视教程·新世纪版
ISBN 978-7-309-10008-2

I. 电… II. 陈… III. 电视节目制作-高等学校-教材 IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 196571 号

电视节目形态:创新的观点

陈 虹 等著

责任编辑/李 婷

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编:200433

网址:fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

上海春秋印刷厂

开本 787×960 1/16 印张 15 字数 263 千

2013 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-309-10008-2/G·1226

定价:30.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

内 容 提 要

从风靡全国的《超级女声》、《百家讲坛》、《传奇故事》，到今日大红大紫的《非诚勿扰》、《中国好声音》、《我是歌手》、《汉字英雄》……电视节目形态以其前所未有的速度不断上演新的传奇。与此同时，在竞争激烈的媒体革新大潮中，也有无数节目举步维艰，惨遭失败。电视节目唯有不断创新才能在大浪淘尽后发光发亮。

本书以国内外众多优秀的电视节目为研究对象，试图分析电视节目创新的规律和方法。全书分上下两篇，上篇从理论角度宏观阐述了电视节目形态的概念、电视节目创新的战略、流程、电视节目形态的创新趋势等。下篇从实践角度具体分析了新闻、谈话、综艺、真人秀、生活服务、纪录片以及体育七种不同节目形态的创新元素、创新方式，并探讨了各自的创新趋势，同时各章辅以国外国内两个案例，详细解读其形态创新。全书理论与实践结合，内容全面丰富，富含指导性和可读性。

如果你是电视节目从业者，或是电视节目研究者，或者对电视行业充满兴趣，本书将和您一起开启创新的航程，徜徉于变幻多姿的节目形态中去，找寻电视节目形态创新的奥秘……

目录

上篇 节目形态理论篇

第一章 电视节目形态概要

第一节 电视节目形态含义	3
一、形态学的定义	3
二、电视作为影视媒介的定位	4
三、电视节目的定义	6
四、电视节目形态的定义	6
五、电视节目形态的特征	7
六、电视形态的发展	8
第二节 电视节目形态研究	12
一、电视节目形态的表现形式说	12
二、电视节目形态的类型说	13
三、电视节目形态的模式说	14
四、电视节目形态的元素说	15
第三节 电视节目形态构成	16
第四节 电视节目形态创新的必要性和可行性	19

第二章 电视节目形态创新

第一节 电视节目创新概念	22
一、理念创新	22
二、内容创新和形态创新	23
第二节 电视节目创新战略	24

一、节目创新的类型	24
二、节目创新的动力	26
三、率先创新的优势和风险	28
四、模仿创新成功之道	29
五、节目创新战略的选择	33
六、电视节目形态的版权保护	35
第三节 电视节目创新流程	36
一、节目创新全流程设计	36
二、CBS 和中央电视台等媒体的节目研发流程	40
三、独立的节目研发机构	42
第四节 新形势下我国电视业面临的新格局	42
一、“三网融合”稳步推进	43
二、制播分离再次扬帆	44
三、“跨界行动”来势凶猛	44
第五节 电视节目形态创新趋势	45
一、利用互联网,加大内容合作	45
二、整合独家资源,力推特色节目	46
三、混搭元素多,融合创新引潮流	47
四、确立服务意识,增强服务力	48
五、开放思维,形成广电产业链	49
六、大投入大制作,打造优质节目	51
七、引进优质模式,推动节目创新	52
八、技术引领创新,内容依然为王	55

下篇 节目形态实践篇

第三章 电视新闻节目形态创新

第一节 电视新闻节目创新历程	59
一、电视新闻节目的定义	59
二、电视新闻节目发展历程	60
第二节 电视新闻节目创新元素	67

一、题材元素	67
二、体裁元素	68
三、叙事元素	70
四、视听元素	71
第三节 电视新闻节目创新方式	72
一、嫁接	72
二、借鉴	74
三、原创	76
第四节 电视新闻节目创新趋势	79
一、直播常态化	79
二、信息深度化	80
三、节目分众化	80
四、视角差异化	81
五、理念民生化	81
六、报道立体化	82
七、提升权威性	83
八、注重服务性	83
第五节 电视新闻节目创新案例分析	84
一、美国 CNN《安德森·库珀 360°》	84
二、中央电视台《新闻 1+1》	85

第四章 电视谈话节目形态创新

第一节 电视谈话节目创新历程	88
一、电视谈话节目的定义	88
二、电视谈话节目的创新历程	90
第二节 电视谈话节目创新元素	94
一、内容方面	94
二、形式方面	101
第三节 电视谈话节目创新方式	102
一、内容创新	102
二、形式创新	105

第四节 电视谈话节目创新趋势	106
一、话题的对抗性加强	106
二、多种元素的组合	107
三、谈话场的扩展	107
四、可视性的再延伸	108
第五节 电视谈话节目创新案例分析	108
一、CBS《大卫深夜脱口秀》	108
二、上海电视台《大声说》	110

第五章 电视综艺节目形态创新

第一节 电视综艺节目创新历程	115
一、电视综艺节目的定义	115
二、电视综艺节目发展历程	116
第二节 电视综艺节目创新元素	123
一、节目形态层面	123
二、节目内容层面	124
三、节目价值层面	125
第三节 电视综艺节目创新方式	126
一、形式	126
二、内容	129
第四节 电视综艺节目创新趋势	136
一、“素人”时代的来临	136
二、娱乐专业化	137
三、继续依赖名人效应	137
四、人文化趋势凸显	137
五、新技术引领跨媒体传播	138
第五节 电视综艺节目创新案例分析	138
一、韩国 SBS《Running Man》	138
二、湖南卫视《快乐大本营》	140

第六章 电视真人秀节目形态创新

第一节 电视真人秀节目创新历程	142
一、电视真人秀节目的定义	142
二、电视真人秀节目发展历程	144
第二节 电视真人秀节目创新元素	150
一、电视真人秀节目形态类型	150
二、电视真人秀节目形态的基本元素	151
第三节 电视真人秀节目创新方式	154
一、模式形态创新——组合创新法	154
二、内容创新——特性列举法	156
三、方向创新——移植创新法	160
第四节 电视真人秀节目创新趋势	162
一、“民星”真人秀和“明星”真人秀的相互融合	162
二、全球化的“更真实”热潮	163
三、明显的分众化	163
第五节 电视真人秀节目创新案例分析	164
一、CBS《幸存者》	164
二、浙江卫视《中国好声音》	168

第七章 电视生活服务节目形态创新

第一节 电视生活服务节目创新历程	170
一、电视生活服务节目的定义	170
二、中国电视生活服务节目的发展历程	170
第二节 电视生活服务节目创新元素	173
一、服务理念	173
二、服务内容	174
三、服务对象	180
四、节目形式	182
第三节 电视生活服务节目创新方式	183
一、节目形式,相互借鉴	183

二、开拓内容,注重包装	184
三、立足实际,巧打地域牌	185
四、与新媒体融合,打造互动平台	185
第四节 电视生活服务节目创新趋势	186
一、节目“真人秀化”	186
二、服务“多元化”	186
三、突出“体验性”	187
四、表现“故事化”	187
第五节 电视生活服务节目创新案例分析	188
一、日本朝日电视台《最终警告! 恐怖的家庭医学》	188
二、河北卫视《家政女皇》	189

第八章 电视纪录片节目形态创新

第一节 电视纪录片节目创新历程	191
一、电视纪录片的定义	191
二、中国纪录片节目发展历程	193
第二节 电视纪录片节目创新元素	195
一、内容方面	195
二、形式方面	198
第三节 电视纪录片节目创新方式	199
一、内容方面	200
二、形式方面	203
第四节 电视纪录片节目创新趋势	204
一、内容主流化	204
二、高端大制作	204
三、全球化视角	205
四、注重草根资源	205
五、制作戏剧化	206
第五节 电视纪录片节目创新案例分析	206
一、美国探索频道《流言终结者》	206
二、浙江卫视《浙江文化地理》	209

第九章 电视体育节目形态创新

第一节 电视体育节目创新历程	212
一、电视体育节目概述	212
二、电视体育节目的发展历程	213
第二节 电视体育节目创新元素	216
一、受众元素	216
二、栏目类型元素	217
三、栏目包装元素	217
四、主持人元素	218
五、语言元素	220
六、审美元素	222
第三节 电视体育节目创新方式	223
一、形式创新	223
二、内容创新	223
三、定位创新	224
四、频道创新	224
第四节 电视体育节目创新趋势	226
一、新闻本位意识回归	226
二、娱乐化、故事化趋势日益明显	226
三、受众意识日益突出	227
四、专业化趋势日益加强	227
五、重大赛事多媒体联动	228
第五节 电视体育节目创新案例分析	228
一、美国 ESPN	228
二、中央电视台《天下足球》	231
后记	234

上篇 节目形态理论篇



第一章 电视节目形态概要

电视节目形态的定义是什么,它有哪些特征,它与电视节目有什么不同,它经历了哪些发展;电视节目形态研究目前有哪些代表性的说法;电视节目形态由什么构成;为什么要进行电视节目形态创新,可行性如何?本章将对这些关于电视节目形态的基本内容作出阐释。

第一节 电视节目形态含义

关于电视节目形态的定义,目前尚无统一的说法。顾名思义,我们可以看出这一概念涉及了“电视”、“电视节目”和“形态”三个概念。为了对“电视节目形态”进行更为准确的界定,我们应该先厘清这样几个问题:何为“形态”?形态学是如何研究“形态”的?它与作为媒介的“电视”和具体的电视节目之间存在着怎样的关系?而后,再来探讨电视节目形态的具体概念及其特征,并结合电视形态的发展进一步分析节目形态在其中的产生和变化过程。

一、形态学的定义

“形态”在《辞海》里的注解是:(1)形状神态,形状姿态;(2)指事物在一定条件下的表现形式。第一种解释指的是某事物或人物的形状神态或姿态,着重于该事物或人物已经存在的外在表现;第二种解释则强调“在一定条件下”,关注更多的是事物的特定情况。

形态是语言学概论中的重要概念,是指词与词组合时词的形式上发生的变化,是表达语法意义的重要手段。形态学(又称“词汇形态学”或“词法”)是语言学的一个分支,研究词的内部结构,包括曲折变化和构词法两个部分^①。

^① 熊忠辉:《广播电视节目形态解析》,化学工业出版社2010年版,第2页。

形态学这一源于语言学的理论被广泛地应用于人类学、生物学、文学和艺术学等多个学科的研究。在这些研究中,该理论的运用主要体现在三个方面:第一,用以分析事物外部形状或组成结构的特点,即研究各个组成部分的要素、各要素间的相互关系及其所具有的功能;第二,用以观察一个事物的要素、各要素间的相互关系及其所产生的效果在限定时间内的变化;第三,也用以探讨一类事物的要素和特征及其在历史上的演化过程。

艺术形态学是借鉴生物形态学研究集体的结构形态之说,用以研究艺术形式规范系统的学科。而作为艺术和技术完美结合的现代声、光、电产品与作品,电视节目形态可以从艺术形态学中汲取养分。在大众传播学领域,对“形态”的最早研究源于媒介形态学,该理论的提出是受新型媒介的出现所启发,着重于探讨媒介形态的构成、变化及其原因。美国俄亥俄州肯特州立大学新闻与大众传播学院驻校专家和信息设计实验室协调人罗杰·菲德勒早在20世纪90年代就开始关注“媒介形态变化”的课题,并通过《媒介形态变化:认识新媒介》一书把“媒介形态”定义成具有不同传播方式,依托不同载体如书籍、杂志、报纸、广播和电视等的媒介形式,而划分不同媒介形态的标准是语言、结构、内容、形象和定位等元素。菲德勒认为传播媒介的形态变化,通常是由可感知的需要、竞争和政治压力以及社会和技术革新的复杂相互作用所引起的^①。

电视作为一种媒介形态的载体,更适合以媒介的角度探讨其形态。我们从媒介形态的体系中细分出影视媒介形态,而电视媒介形态则是影视媒介形态的子类型。在电视媒介形态中,我们可以将之划分为电视节目、电视剧和电视直播事件三类。由于电视剧在很多方面是以电影的操作方式为基础,本书不把电视剧作为电视节目的一类,因此在此不加以论述。电视直播事件则是电视媒体事件的一部分,它不遵循电视节目所固有的规律,属于电视媒介中的例外,本书也不对其进行论述(图1-1)。

二、电视作为影视媒介的定位

电影和电视的出现,使人类从阅读时代进入到影像视听的时代。当代社会已成为一个视觉文化或者说是影像文化社会^②。影视媒介的出现离不开19世纪末电影的诞生,从摄像到电影,再从无声电影到有声电影,这些因为技术发展而不断

^① 罗格·菲德勒:《媒介形态变化:认识新媒介》,转引自梅笑冰:《电视节目形态研究述评》,《现代视听》2009年第3期。

^② 隋岩:《当代中国电视文化格局》,群言出版社2004年版,第46页。

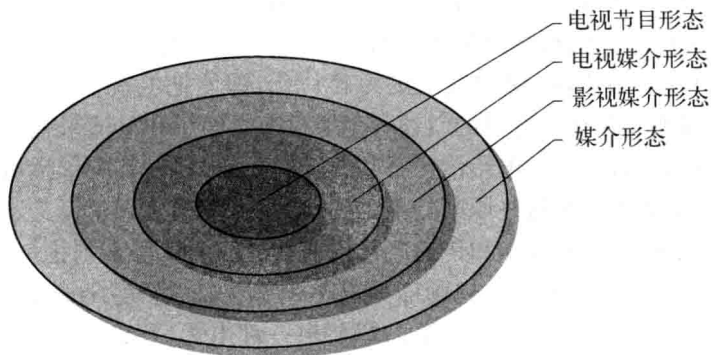


图 1-1 大众传播领域中形态的属性

被加入的元素构建了一个属于影视媒体的复杂体系。1900年,法国人康斯坦丁·伯斯基提出了“电视”(television)一词,这个由希腊语“tele”和拉丁语“vision”所构成的词汇意指“远距离观看”。1925年,英国科学家约翰·洛吉·贝尔德发明了第一台电视机,这让电视从电影中独立出来成为一种新型媒介,电视的发展也走向了一条有别于电影的道路。虽然两者都是以视听元素为主的传播媒介,电视却在少于一个世纪的时间内完成了从主导文化、高雅文化到大众文化的演变。电视文化的迅速演变使其成立了一套属于自己的形态体系。如今,有关电视节目形态的探讨已成为业界人士必须接触的领域和话题。

作为一个艺术性弱于电影的影视媒介,电视的自身定位一直模糊不清。关于电视的学科更是一直依托于电影理论,而对电视的研究也大多停留在电视节目制作与策划、广播电视编导和播音主持与表演等实践性方面的探讨。这可能是因为电视的发明初衷就是以新闻性质为主,贝尔德当初在发明电视机时将其用途界定为“用电看东西”。当时的电视机只是一种代替眼睛看东西、看世界的工具,换句话说,对当时的人们而言,电视只是一种新的观看方式。虽然与电影一样,电视也是“被看”的对象,但是两者被观看的方式和目的都截然不同,两者在很多方面存在差异。

首先,在生产方式上有着明显的不同。电影是类型化的生产;而电视是模式化的生产。换句话说,电影的个性化特性大于共性,它在拍摄过程、发布方式和制作方式方面都必须是耗时的“精心制作”;而电视更多是一种影像传播,电视大多是为一次性消费所制作,其中所包含的艺术成分远低于电影。因此,对电视而言,文化成分和真实性更为重要。

其次,在叙事方面,电影是虚构的故事,它的叙事手段是受剧本所构建的时间、

空间因素所限制的,电影的叙述者是通过凝视、偷窥、理解和感受的经验进行叙述的不在场的局外人;而电视是对生活的叙事,也可以说它是通过画面来反映现实生活。与电影的叙事相比,电视的叙事更为碎片化,即使把电视当中的叙事结构拆开,它依然能够独立存在。电视的叙述者是通过亲身经历和见证来叙述的媒体人。

最后,在视听语言方面,电影语言必须遵守一定的原则,其中包括机位原则、轴线原则和编辑原则等。在这些原则的范围内,电影可以充分运用镜头、蒙太奇等一切拍摄手段和拍摄方法来展示和传递电影语言信息。电视语言则是一切为了让观众看清楚、看下去所建构的。电视画面力求单一明快,简练短小,避免宏大和复杂的视觉效果^①。如果说电影语言是用以“写”出一部电影,那么电视语言必然是用以“修”出电视节目。电视这个庞大的语言系统包罗了进入电视的种种语言元素,所以要全面掌握绝非易事^②。

三、电视节目的定义

研究电视节目,不仅有助于建立完整的电视学基础,而且对办好电视节目也具有积极意义。电视节目是电视学科“元概念”与电视实践“元载体”的“基石”所在,而电视节目形态作为电视节目的子类型,是基础之基础^③。所以,要了解电视节目形态,我们首先要对电视节目的概念有一定的了解。那么,电视节目是什么?

电视节目是电视台各种播出内容的最终组织形式和播出形式,它是电视传播的基本单位^④。它也是电视台播出的具体项目,是感染和影响观众的唯一手段和形式。电视内容随着时间推移依次变化,就像竹竿一样,有着一个个的节,每个节代表着一个时间段,每个不同的时间段播出不同的内容^⑤。这种不同内容的时间段,我们称之为电视节目。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、文化背景和服务目的,但都是以播出电视节目为己任的^⑥。

四、电视节目形态的定义

关于电视节目形态,根据不同的概念可以被解释成电视节目设计的基本模式,

① 修宏宇:《从电视文艺的大概念上看电视语言》,《戏剧之家》2010年第3期。

② 阿玲:《电视语言浅析》,《文艺报》2002年11月21日。

③ 徐舫州、徐帆:《电视节目类型学》,浙江大学出版社2006年版,第2页。

④ 石长顺:《电视栏目解析》,武汉大学出版社2008年版,第3页。

⑤ 庞啸:《实用电视新闻理论》,中国广播电视出版社1999年版,第117页。

⑥ 壮春雨:《电视节目学概要》,浙江大学出版社2001年版,第5页。