



学术网 >> 理论 >> 理论方法

形式是金：电视语言传播模型的寻找

2005-06-23

作者：黄匡宇 | 9101字节 | 阅读：83次 | 评论：0条 | 关键词：形式是金 电视语言 模型

[关键词]：形式是金 电视语言 模型

【内容摘要】“内容为王”是前人对事物核心内容的强调，“形式是金”对电视外在传播样式的强调，两“强”合一，便化解了传播过程中“画面与声音孰重孰轻”的争拗。“内容为王，形式是金”是制作人对电视节目制作、分析、评价应有的双重价值标准，它可以解决电视节目制作过程中的一系列观念性、操作性难题。电视节目语言传播模型的建立，可以为节目制作整合思路、规范程序、指引步骤，是制作人必须认真熟练掌握的思维工具。语言模型的可行性节奏控制要素的具备与否和具备程度，决定着节目“好看”、“好听”的程度，实践表明，“好看”、“好听”的节目必须具备话题的针对性、内容的深刻性、制作的技巧性三个方面的要素。

【关键词】形式是金；电视语言；模型

电视节目从诞生之日起本就是一个以抽象思维（内容选择）为起点，与具象思维（形式寻找）有机整合于始终的载体样式。但是，几十年来，电视界由于电影观念的错位影响，其言必称“画面”的偏颇观念，完全忽视了以抽象思维为基础的“语言”概念。于是“声画两张皮”式的节目比比可见。许多“半拉子电视策划”，只知“抽象语言”如何如何表达，却不知“具象语言”该怎样去寻找。电视制作的实践表明，节目的“内容选择”和“形式寻找”有机整合，是电视节目生产过程中的一大难题。面对难题，我毕其功于此役，终于有所体悟。“内容为王，形式是金”便是我从事电视节目制作、讲授电视传播要义三十年的理论归结，它科学地整合了电视形式与电视内容的辩证关系。“内容为王”是前人对事物核心内容的强调，“形式是金”对电视外在样式的强调，两“强”合一，便化解了电视节目在传播过程中“画面与声音孰重孰轻”的争拗。“内容为王，形式是金”是制作人对电视节目制作、分析、评价应有的双重价值观（亦称电视双主体价值观），因为，这一观念科学解构了电视节目的诸元素间的整体关系，可以解决电视节目制作过程中的一系列观念性、操作性难题。

一、语言模型是整合内容与形式的唯一工具

模型，是事物的外在标准形式，它的建立主要依赖简洁的具象或抽象的语言来描述它的结构状态。在模型中，各个结构要素相对稳定，具有可模仿性与可操作性，如同一型号的机器零件、又如诗歌与词赋的不同，还如数理公式，等等。总之，模型，是一种可供人们按照既定的标准实施的样式、形式、格式，有利于人们稳定而有规律、有章法地高效率工作。电视节目语言模型的建立，可以为节目制作整合思路、规范程序、指引步骤，是制作人必须认真熟练掌握的思维工具。

（一）、现代电视节目是双主体结构模型的视听传播媒介

当代电视节目，早已不是电视发明之初仅有一个镜头的《火车进站》、《园丁浇花》默片电影，它承继并发展了有声电影充分运用画内、画外抽象语言进行叙述的功能，构成一个以抽象语言为叙述主线、以具象画面为渲染、印证主线的双主体结构模式的视听传播媒介。诸如CCTV的《新闻联播》、《实话实说》、《艺术人生》，凤凰卫视的《锵锵三人行》、《名人面对面》、《小莉看世界》，美国广播公司的《号外》(Extra, 电视清谈节目)、哥伦比亚广播公司(CBS)的清晨新闻节目《晨早秀》(The Early Show)、《六十分钟》等节目无一不是在抽象语言构成叙述主线之后再



jn 文章 jn 动态

SEARCH >>

上一篇 Previous

· 市场经济中都市报新闻困境及对策思考

作者：欧颖峰 郭子辉 | 2005-06-24
[摘要]：近年来都市类报纸迅速崛起，在中国报业市场上占有举足轻重的地位。同时，在市场经济体制转型过程中，由于来自政治权力、商业力量、庸俗文化以及同行业的同质化竞争等方面的影响，都市类报纸暴露出诸多弊端，……

下一篇 Next

· IPTV市场导入期营销策略分析

作者：刘 滢 | 2005-06-22
[内容摘要] 目前，IPTV在世界范围内迅速发展，中国的运营商们纷纷宣布介入该领域，对其利好前景持乐观态度。必须指出的是，IPTV在中国大陆尚处于市场导入期，潜在用户对IPTV缺乏了解，运营商可能要付出大量的市场培……

如何提升 你的专业高度？

这里汇集国内20余家专业出版机构近5000种图书，目前国内传媒专业程度最高的网络主题书店 >>>

中华传媒书店
BOOK.MEDIACHINA.NET

付之以声画组合平台的。近十年内，电视接受工具的高度普及和节目播出时间、栏目的增加，电视传播开始出现“广播化”伴听倾向，以抽象语言要素为主的各种谈话节目在世界各级电视台大行其道便是证明。所以在进入电视节目制作的第一关口时，不可避免的是首先运用抽象思维的语言去确立节目的选题与立意。至于极个别记录片信马由缰地拍摄，那也仅是电视节目的前期拍摄方式，后期整合依然是以抽象语言为叙述主线的结构样式。任何电视节目进入后期制作大致都是遵循这样的语言模型进行组合的（见图1-1）：

图像符号：人物情感 + 人物动作 + 人物场景 + 屏幕文字

声音符号：独白对白 + 同期声 + 画外解说 + 音响

图 1-1 电视节目后期制作语言双主体组合基本模型

图1-1 电视节目后期制作语言双主体组合基本模型

以上语言模型科学整合了节目中抽象语言与具象语言的交融关系，模型中虚线上下对应的概念就是节目的片断内容，模型中自左至右设计的四个典型片断，基本囊括了电视节目可能涉及的内容与形式。

有关该语言模型的进一步解读见表1-1的分析。

声音符号	图像符号	独白对白	同期声	画外解说	音响
人物情感：电视剧对白		电视剧《九月风暴》 中公安局局长交待侦察员的对白： “注意隐蔽，一定要注意安全！” “是！”	声音与现场同期。	是否有音响视剧情而定。	是否有音响视剧情而定。
人物动作：2004年世锦赛		无。	现场的球声、裁判声、观众的呐喊声、笑声、掌声。	电视台画外插入的解说、评价语言。	观众助威的喇叭吹奏乐曲、现场休息时的音乐声。
人物场景：全国十大警察		现场采访全国十大警察之一的北京片警贾银虎，他说“我喜欢当警察，因为……”的同期声可作为新闻稿内容的有机组成部分。	有些编辑只将同期声做背景声用，其实精彩的同期声可剪为新闻稿的一部分，使节目更精炼、更好听、好看。	这条新闻的声音可以这样编辑：“导语播音 + 贾银虎喜欢当警察精彩讲话 + 播音员画外播音”。	现场采访的背景声，有助于增加时空的真实感，关键要选择好采访环境。
屏文字幕		无	无	满屏幕文字。屏幕上方是固定的气象预报、时间报告；中间是节目主体内容；下方是画外解说内容的文字。	香港电视经常为这类画面配上音乐。

表1-1 电视节目后期制作语言双主体组合基本模型表解

（二）、现代电视节目的画面是图像符号和声音符号的综合容器

凡接触电视节目制作的人大都言必称画面，何谓画面？准确的理解应该是：现代电视节目的画面是图像符号和声音符号的综合容器。电视画面展示连续性，使其不仅有单幅画面的线条、色彩、情态的冲击力，而且使其更有连续画面的具象叙述感染力和抽象对白的表述力。电视节目制作人的电视画面观念应该是：电视画面不单是图形性的，还是声音性的，它是图像和声音的高度综合。

图1-3“电视节目后期制作语言组合基本模型”中将电视画面中的结构要素用横线一分为二，其实中分线上线下的符号元素是你中有我、我中有你始终呈不可割裂的综合状态，诸如“人物情感”画面中总是有激情的对白、“人物动作”中总是有生动的同期声、“人物场景”中总是有如泣如诉的画外解说。这一画面的图像符号和声音符号的综合特性告知我们：画内、画外抽象语言是电视节目的叙述主体、语言思维是选题立意的先导工具，现代电视节目制作无一不是起步于用抽象思维的语言进行选题与立意。

值得注意的是，不少电视节目的编导、摄像常常是不将电视画面中的语言声音视之为“画面”的构成要素的，因此，他们因盲目崇拜“画面”而缺乏将画内对白与画外叙述组合为一的表述功力，最后导致节目或散乱拖沓、或情趣全无。准确理解现代电视节目画面的概念，目的在于正确把握语言思维是选题立意的先导作用，减少节目制作人员在前期拍摄过程的盲目性，这是电视节目制作初学者不可忽视的要点。

二、电视节目语言模型的可行性节奏控制

哲学家柏拉图认为所谓控制就是“掌舵术”，其本质是“调节”，是对“偏离航向”的倾向的调节，目的是使事物的运动沿着既定的正确方向正常运行，使事物从“无序”的趋向变回到“有序”的航道上。电视节目语言模型的可行性控制，是从控制论的角度强调选题与立意能否通过电视语言模型制作成为真正的电视节目。电视节目选题立意控制论的本质，就是在于通过结构这个中介，从选题立意开始就尽可能发掘电视声画元素，排除不易找到具象载体的非电视元素，保证视听元素真正珠联璧合，使节目制作活动从“无序”倾向中回到“有序”的规律上来，最终实现“好看”、“好听”的传播价值。

（一）、语言模型可行性节奏控制的要素

语言模型的可行性节奏控制要素的具备与否和具备程度，决定着节目“好看”、“好听”的程度，实践表明，“好看”、“好听”的节目必须具备以下三个方面的要素：

1、话题的针对性。所谓针对性，就是要准确地了解和把时代的思想脉搏，摸清受众所需所想，有的放矢地组织采访和制作。针对性首先要求节目内容有针对性。它是节目所涉及的事件、人物或观点、思想，是受众所关心的，是他们想知而又不知道的。其次是节目内容角度的针对性，“横看是岭侧成峰”，同一内容要从激发受众的兴趣点上突出节目的个性。加强节目的针对性要防止两大弊端：一是依样画葫芦，选题跟着纸质媒体跑，在报刊已经发表的内容中找选题；二是闭门造车想当然，选题确立之后，有的制作人员没有在深入采访掌握素材上下功夫，而是采用“万能画面”，配以“某人”、“某地”的解说模糊信息。两大弊端的相同结果是：节目内容陈旧、模糊，毫无针对性可言。

2、内容的深刻性。是指节目对事物本质的深入发掘，是把表层现象之下的实质揭示出来。寓含在节目的人或事的情节中，善于把主题意蕴透彻表现的节目，总是十分注意让“意”，一步一步、一层一层显现，使观众能够被引导着，逐层深入地接近主题，完成“透过表象看本质”的认识过程。必须强调的是，节目思维首先是语言思维，是抽象理性的认识。在感性材料的基础上，经过思维过程，去伪存真，由此及彼，由表及里，于是在人脑里即生成了一个认识过程的突变，产生了概括。由于概括，才能抓住事物的本质，事物的全体，事物的内在联系，认识了事物的规律。优秀节目往往就是在这个过程中，表现出深刻的差异。

与“深刻”互逆的是“平庸”，节目能做到想人之所想，而言人所未言，深刻性就水到渠成。

3、制作的技巧性。什么是技巧？技巧是形式。《辞海》谓之为“较高的技能，如写作技巧、绘画技巧。”技能，则指“运用实践知识和经验进行有目标活动的的能力。”电视节目技巧，显然是电视从业人员“运用实践知识和经验”实现节目最优化的体现。电视的语言、构图、摄影、策划、编排，它们首先表现为声画兼备的时空传播形式，电视节目传播形式的良莠，决定频道的生死存亡。好的节目技巧要求做到形象生动（如，抓拍不摆拍）、思维性生动（如，两极镜头突变、蒙太奇跳跃带来的情节曲折）、细节性生动（如，对白问答、行为举止、字幕动画带来的刻骨铭心的信息记忆）。

笔者5年间3000个受众调查样本研究表明：新闻节目在60”内、综艺节目在90”内、电视剧在120”内、记录片在80”内若不能在光、影、声、色上给人以耳目一新的形式冲击，观众则按动遥控器宣判该频道的死亡而另寻“新欢”。笔者的受众调查样本研究还表明：某一频道的某一节目能在节目开始的60”至120”以过目难忘的形式留住观众3次，该频道某节目往往会成为某观众下次开机的首选。从上述意义上说，电视节目传播，形式大于内容！有鉴于此，在电视节目摄制过程中，技巧首先孕育的是形式；在电视节目传播过程中，节目首先吸引观众的是形式，我们有什么理由不关注电视节目的传播形式呢！我们又有什么理由不关注孕育电视节目形式的技巧呢！

（作者为华南理工大学南方传媒研究所所长、新闻与传播学院教授）

联系方式：

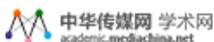
广州市暨南花园32栋904房（邮编：510630）

kyfh@163.net

黄匡宇

|| 传媒资讯网 || 传媒学术网 || 传媒考研网 || 传媒博客 || 传媒社区 || 传媒书店 ||

|| 关于我们 || 会员注册 || 交换链接 || 联系我们 || 法律声明 || 广告服务 ||



© 2001-2007 中华传媒网版权所有 京ICP061016
Copyright © 2001-2007 MediaChina.net All Rights Reserved