

Cuprins

<i>Lista ilustrațiilor</i>	11
----------------------------------	----

Partea I *Televiziunea astăzi*

1. Televiziunea ca știință	15
Introducere	15
<i>Metode de predare și formare profesională</i>	16
Importanța televiziunii și a studiilor din domeniu	17
2. Peisajul politic	19
Ofcom	19
<i>Ce face Ofcom ?</i>	20
<i>Bunul-gust și decența</i>	20
<i>Costurile Ofcom</i>	21
<i>Cum influențează Ofcom cetățenii de rând ?</i>	21
Convergența în comunicații	21
Cumpăna orei 21 : 00	22
3. Serviciul public de difuzare	23
Ofcom și serviciul public de difuzare	23
Independența BBC-ului	25
Rolul BBC-ului	25
De ce oferă BBC servicii online ?	26
Știrile	26
Finanțarea serviciului public de difuzare	27
4. Lumea tehnologiei digitale	29
Televiziunile devin digitale	29
Tehnologia digitală	30
<i>Camera digitală</i>	31
<i>Înregistrarea sunetului digital</i>	31
<i>Transmisia TV</i>	33
Televiziunea digitală	34

Partea a II-a
Munca în televiziune

5. Posturile de producție	39
Regizorul de filme de televiziune	39
Regizorul de programe informative	40
Ce înseamnă să fii un bun regizor de televiziune	40
Sunteți făcut să fiți regizor de televiziune?	41
Documentaristul	41
Asistentul de producție	42
Directorul de producție	43
Curierul	44
Producătorul asistent	44
Regizorul asistent	45
Producătorii executivi	45
6. Posturile tehnice	46
Operatorul-șef	46
Cameramanul asistent	46
Sunetistul/inginerul de sunet	47
Asistentul de sunet	47
Șeful departamentului electric	47
Mașinistul	48
7. Munca într-un studio de televiziune	50
Platoul	50
Cabina de regie/cabina de emisie/regia de emisie	53
Posturi specializate în televiziune	54
8. Munca de postproducție	57
Casele de producție de televiziune	58
Termeni din domeniul postproducției	60

Partea a III-a
Teoria televiziunii

9. Genuri și formate	65
Introducere	65
Originea genurilor	66
Serialul de comedie (sitcomul)	68
Serialul polițist	69
Conversația ca divertisment	72
Reality TV	74
10. Grila de programe și audiența	77
Introducere	77
Realizarea grilelor TV	78

Televiziunea pentru familie	80
Familia și statutul femeii	82
Proximitatea temporală și intimitatea	83
Marketing, programare și reguli	84
Publicuri active	87
11. Abordări ale narațiunii	91
Introducere	91
Semiotica	92
Fluența	94
Ideologia	95
Realismul	96
Identificarea	97
Structurile	99
Mizanscena	100
12. Tabloidizarea televiziunii informative	104
Introducere	104
Formele documentarului	105
Documentarul, „docunovela” și calitatea	108
Reality TV	110
Spectacol și reality TV	112
Genul reality TV și identitatea televiziunii	113
13. Filmul de televiziune și „calitatea”	116
Introducere	116
Filmele populare și „calitatea”	117
Realism și calitate	120
Telenovela britanică	121
14. Știrile și informațiile de actualitate: sfera publică	128
Introducere	128
Spațiul public	129
Agenda știrilor	131
Structura știrilor	131
Știrile – o formă fără fond	133
Audiența știrilor	136
15. Sportul	140
Introducere	140
Sportul într-un mediu cu mai multe canale	141
A fi aproape acolo	143
Participarea	144
16. Videoclipurile muzicale și postmodernismul	148
Introducere	148
Estetica MTV	149
Politica, genurile feminin/masculin și spectacolul	151
Televiziunea de muzică și globalizarea	153
Istoria MTV-ului și dezbateri pe marginea sa	155

Partea a IV-a
De la idee la imagine

17. Programele informative	161
Premise	161
Genurile documentarului	162
Docunovela	163
Realizatorii filmelor documentare	163
Viitorul documentarelor în televiziune	163
Reality TV	164
Pregătirea programului pentru difuzare	165
<i>Sinopsisul</i>	165
<i>Echipa de producție</i>	167
<i>Scenariul și desfășurătorul</i>	167
<i>Prospectarea</i>	167
<i>Filmarea</i>	167
<i>Filmarea în locații</i>	169
<i>Acordurile de colaborare</i>	170
<i>Filmările în spații publice</i>	170
18. Televiziunea de ficțiune	173
Transformarea ideii în scenariu	173
<i>Povestea</i>	173
<i>Personajele</i>	173
<i>Locația</i>	174
Scurtmetrajul	175
Protagonistul	175
Personajul negativ	176
Sinopsisul	176
Organizarea scenariului	177
<i>Titlul și numărul scenei</i>	177
<i>Cadrul : descrierea scenei</i>	177
<i>Organizarea unei pagini de dialog</i>	178
Exemplu de scenariu pentru un film de televiziune	178
Structura și secvențele	179
<i>Începutul</i>	179
<i>Prezentarea corectă a poveștii</i>	179
<i>Scrierea intrigii</i>	180
<i>Ritmul</i>	185
<i>Storyboard-ul</i>	186
<i>Bugetul</i>	187
19. Realizarea propriu-zisă a programelor	190
Camera	190
Sunetul	191
Iluminarea locației	192
Echipamentul de iluminare	193

Sistemul de iluminat în trei puncte	195
<i>Lumina-cheie</i>	195
<i>Lumina de umplere (secundară)</i>	196
<i>Lumina în contre jour</i>	197
Reflectorul	197
Poziționarea camerelor	198
Planurile de legătură	198
Gramatica vizuală	199
<i>Plan, contraplan</i>	199
<i>Săritura peste axă</i>	199
Postproducția	200
20. Încadrături și planuri	201
Efectul <i>chroma key</i>	204
Încadraturile	205
Unghiul de filmare	206
Mișcările camerei.....	207
Mizanscena	208
21. Studioul de televiziune	212
Echipa studioului	213
<i>Pe platoul de filmare</i>	213
<i>Cabina de regie/cabina de emisie</i>	215
O zi în studio	216
Desfășurătorul provizoriu	217
Desfășurătorul emisiunii	217
Definiții	219
<i>Regia de studio</i>	220
22. Postproducția	221
Editarea	221
Editarea digitală.....	222
Tehnicile de editare	223
Gramatica vizuală	223
Plan, contraplan	224
Procesul de postproducție	228
Postscenariul de postproducție	229
23. Reguli de funcționare a televiziunii	230
Standardele de bun-gust și decență	230
Sexul și violența	232
Limbajul violent sau nepotrivit	232
Televiziunea și legea	233
<i>Viața privată</i>	233
<i>Documentarea</i>	234
<i>Copyrightul</i>	235
<i>Defăimarea</i>	239
<i>Sfidarea curții</i>	240

Partea a V-a
Șocul viitorului

24. Perspective	245
Introducere	245
Viitorul BBC-ului	246
Televiziunea globală	248
Dincolo de postmodernism ?	252
Interactivitatea și convergența	254
Rasă, multiculturalism, reprezentări ale viitorului	256
Programarea DIY cu hard diskuri	258
Tendințe de programare	259
Tendințele audienței	261
Tendințele de marketing	262
25. Viitorul producției de programe	264
Știrile	264
Televiziunea <i>high definition</i> (HDTV)	265
Avantajele HD	265
Vizionarea acasă	267
Divertismentul de acasă	268
DVD-ul și dincolo de acesta	268
Cinematograful	269
Postproducția de televiziune	270
<i>Glosar</i>	273
<i>Index</i>	295

Fluența

Academicianul și romancierul Raymond Williams a fost critic de televiziune pentru revista BBC, *The Listener*, între anii 1968 și 1972. În 1973 a scris despre prima lui experiență cu televiziunea americană, cu un an în urmă (Williams, 1990, pp. 91-92). Williams susținea că :

în toate sistemele dezvoltate de radiodifuziune, organizarea caracteristică, și, drept urmare, experiența caracteristică este una a secvenței sau a fluenței. Acest fenomen al fluenței planificate este probabil trăsătura definitorie a difuziunii, deopotrivă ca tehnologie și formă culturală (Williams, 1990, p. 86).

El a fost preocupat mai puțin de analiza specificului unor programe sau formate și mai mult de experiența televiziunii în sine. Cursivitatea materialelor e intrinsecă experienței televiziunii și, de asemenea, conține un torent de înțelesuri și valori, derivate din cultură și care exprimă modurile de gândire caracteristice ale acesteia.

Williams a scris despre experiența lui în televiziunea americană ca și cum aceasta ar fi fost tipică pentru întreaga media, concluziile sale fiind din acest motiv discutabile. Rick Altman (1986) susține că fluența nu este o caracteristică a televiziunii în sine, ci parte a unei practici culturale specifice a televiziunii comerciale americane, în care audiențele sunt măsurate și „vândute” publicitarilor, iar cursivitatea este necesară pentru a se asigura că televizorul este deschis, chiar dacă publicul nu se uită la el. Critica lui Altman la reflecțiile lui Williams atrage atenția asupra faptului că fluența programelor nu spune nimic despre textele care o construiesc sau despre modul cum audiența răspunde în mod real la acestea. Concepția lui Williams despre fluență face confuzie între o proprietate a firului narativ (fluxul continuu de imagini) și o formă a răspunsului audienței (un flux de sentimente și experiențe). Williams vede cursivitatea televiziunii drept iresponsabilă, iar John Fiske (1987, p. 100) consideră că această concluzie este rezultatul experiențelor anterioare ale lui Williams, de critic literar și academician, specialist în critică de proză și film. Potrivit lui Fiske, Williams nu a făcut altceva decât să articuleze un deziderat, conform căruia un anumit autor ar trebui să își asume responsabilitatea pentru textul său și să furnizeze un principiu al unității care să îl organizeze. Și John Ellis (1982, p. 112) a revizuit studiul lui Williams despre cursivitate și a subliniat că acesta din urmă a privit o emisiune individuală ca atomul televiziunii și, ca atare, a subestimat importanța *segmentului* : o unitate secvențială de imagini și de sunete mică, a cărei durată maximă este de aproximativ cinci minute. Legăturile dintre segmente nu sunt întâmplătoare, ci, dimpotrivă, ele sunt în relații de juxtapunere și secvențialitate. Modul de adresare al televiziunii din emisiunile în direct sau înregistrate în regim live produce, potrivit lui Ellis, o relație de intimitate, în care distanțarea și imersiunea ce țin de cinematografie sunt înlocuite cu „privitul pe gaura cheii” și „trasul cu urechea”. Totuși, deși argumentația lui Ellis diferențiază televiziunea de cinematografie și proză și clarifică noțiunea de *fluență* până la un anumit punct, minimalizează diferențele dintre genurile și formatele televiziunii, informative sau ficționale, în favoarea similarităților dintre

secvențe și a modurilor asemănătoare de captare a atenției și de adresare în tipuri diverse de emisiuni.

Totuși criticile autorilor citați mai sus, ce au scos în evidență erorile și omisiunile din teoria lui Williams, nu reduc importanța fundamentală a ideii de fluentă în studiul televiziunii. De multe ori, cursivitatea este elementul-cheie care distinge televiziunea de alte medii, cum ar fi cinematografia. Conceptul de *fluență* a deschis drumul numeroaselor studii ulterioare despre modul cum se succede emisiunile TV într-o emisie neîntreruptă pe parcursul zilei și cum telespectatorii experimentează fenomenul televiziunii ca pe un flux de imagini, sunete și sensuri.

Ideologia

Ideologia însumează valorile „naturale” și de bun-simț împărtășite de o societate civilă funcțională. Conceptul a fost dezvoltat cu precădere de scriitorii marxști radicali, care căutau instrumente pentru a explica cum nedreptatea socială se poate propaga discret, fără ca oamenii să o perceapă și să schimbe lucrurile. Ideologia ne pune la dispoziție modele de gândire despre noi înșine și despre ceilalți, care să ni se pară corecte prin sine, chiar dacă o analiză mai atentă a stării de fapt ar sugera că sunt multe de schimbat. Studiul ideologiei în televiziune urmărește modul cum sunt reprezentați oamenii și ideile în programele TV, pentru a identifica dacă diferențele de rasă, gen, vârstă, grup sau etnie sunt denaturate, solicitând reconsiderarea lor. De asemenea, analizează modul cum este organizată televiziunea ca afacere, pentru a determina, spre exemplu, dacă este ghidată după interesul audienței sau în beneficiul unui grup restrâns de patroni și acționari. Modelul televiziunii ce a dominat secolul XX și care este încă actual nu a fost nici firesc, nici întru totul dominat de nevoi. Dar s-a adaptat societăților moderne democratice și călăuzite de spirit civic într-o societate consumistă, unde a deține o televiziune presupune, în același timp, să vinzi mesaje publicitare. Căminul nu reprezintă doar un loc de relaxare, spațiul vieții de familie, ci este, în același timp, și mediul unde sunt consumate și exprimate semnificațiile ideologice prin actul de a privi la televizor și dorința de a cumpăra sau chiar achiziționarea produselor și a serviciilor promovate prin reclama televizată. Televizorul din casele oamenilor permite accesul autorităților și al comercianților în spațiul și viața private. Conceptul de loc al televiziunii în viața și casele oamenilor se concentrează pe rolul social al televiziunii: pune accent pe modul în care aceasta s-a insinuat în viețile oamenilor, în locurile în care aceștia trăiesc, în structurile sociale de care aceștia aparțin și pe modul în care televiziunea formează și reconfirmă așteptările privind casa, munca și timpul liber.

În seriarele polițiste, sarcina polițistului sau a detectivului este să asambleze probele și informațiile într-o narațiune a crimei. Astfel, firul narativ al programului se construiește pe baza narațiunii secundare, ale cărei evenimente apar de regulă fie înainte de începerea emisiunii, fie în primele ei minute. Deznodământul poveștii și soluționarea problemei coincid cu momentul în care polițistul sau detectivul pune

ultima piesă în puzzle-ul crimei. Reconstituirea este relatată făptașului sau unei curți judecătorești ori superiorului detectivului. Episodul se poate încheia atunci când această relatare este confirmată, de cele mai multe ori prin confesiunea criminalului. În acest moment, fiecare personaj e plasat în poziția specifică din punct de vedere ideologic: infractorul este prins, justiția își îndeplinește datoria față de victime, polițistul sau detectivul și-a dus la final misiunea, iar ofițerul superior este mulțumit. Echilibrul societății și securitatea pozițiilor personajelor sunt restabilite. Până și succesiunea narațiunii, parcursul ei, este în sine o dovadă că supozițiile și acțiunile personajelor principale sunt justificate. Spectacolul lumii polițistilor este realizat astfel încât evenimentele din această lume să justifice comportamentul personajelor sale principale, iar structura narațiunii să sprijine configurația ideologiei.

Într-un exemplu aparent foarte diferit, *Big Brother* poate fi văzut ca o reprezentare codată a condițiilor ideologice ale societății contemporane (ca în cazul romanului scris de George Orwell, *O mie nouă sute optzeci și patru*, de unde provine și numele emisiunii). În *Big Brother* și în alte emisiuni reality TV, indivizii urmăresc un câștig personal și încearcă să obțină un premiu, dar pentru acest lucru trebuie să facă parte dintr-o comunitate. Există în permanență o tensiune între interesul propriu și participare. În cadrul emisiunii există un sistem de reguli impus concurenților. Regulile sunt inventate și impuse de producători, care acționează ca o elită conducătoare ce are autoritatea de a pedepsi sau de a scoate concurenții din spectacol. Participanților li se cere să îndeplinească sarcinile date sau să accepte provocări pentru a primi provizii esențiale sau pentru a câștiga diverse recompense. Aceste componente ale programului sunt o dovadă că *Big Brother* și alte formate concurs reality TV sunt variații ale metaforei pentru societatea capitalistă contemporană. *Big Brother* înlocuiește societatea în ansamblul ei cu casa și construiește tensiunile dintre libertate și constrângere, individ și comunitate, muncă și plăcere, ce caracterizează ideologia contemporană. *Big Brother* nu este un critic al ideologiei pe care o reproduce, iar analizele ideologice demonstrează că reality TV-ul, în același timp, arată și ascunde, reflectă și distorsionează realitățile pe care le prezintă.

Realismul

John Corner (1992, p. 98) sugera că realismul a fost considerat „proiectul estetic și social definitoriu al televiziunii”. Noțiunea de *realism* operează ca un standard al valorii din cadrul instituției de televiziune. Realismul este un standard al valorii și pentru public, de vreme ce atât acesta, cât și televiziunea privesc legătura dintre programele TV și realitate drept o bază pentru evaluarea calității emisiunilor. Raymond Williams (1976, 1977) delimitează câteva definiții ale realismului, remarcând în primă instanță faptul că termenul *real* este folosit în opoziție cu *imaginar*, pentru a se referi la existența materială a ceva, în contrast cu o lume ireală sau fantastică. Această primă definiție sugerează reprezentarea noțiunii ca reflectare. Realismul ca reflectare este legat nu doar de ceea ce reprezintă, dar și de nivelul detaliului aparent

redundant, inclus în punerea în scenă a unui program (ceea ce înseamnă, de fapt, alegerile pe care le folosește și care țin de casting, lumini, sunet, muzică și compoziția cadrelor). Redundanța constă în includerea în narațiune a unui număr de semne care au un rol contextual și de sprijin în construirea țesăturii și tonului poveștii. Detaliile ambientale, costumele, circumstanțele dialogului și o parte din acțiunea narativă este foarte probabil să fie redundante din punctul de vedere al poveștii. Dar, în emisiunile ce se pretind realiste, redundanța mizează pe consecința esențială a fixării poveștii într-o lume complet înțeleasă. Ba mai mult, una dintre modalitățile prin care narațiunea devine mai plăcută și mai interesantă constă în transformarea relației dintre redundanță și componentele narrative funcționale pe parcursul poveștii. În serialele polițiste, spre exemplu, un detaliu aparent redundant, care pare menit să dea culoare lumii ficționale, se poate dovedi a fi un punct de reper esențial. În serialele science fiction, redundanța este esențială pentru a face un mediu futurist să devină realist, adică înfățișat în culori credibile.

Al doilea sens al realismului scoate în evidență, potrivit lui Williams, faptul că „realul” contrastează cu „aparentul”, respectiv că dincolo de ceea ce se comunică poate fi descoperit un adevăr ascuns. Această semnificație a realismului se referă la revelare sau analiză. Noțiunile de reprezentare din secolul al XIX-lea presupuneau că lumea reală ar putea fi explicată și reprezentată complet. Williams consideră că din această prezumție emerg trei caracteristici ale realismului: este contemporan, este preocupat de acțiunile care pot fi explicate și care au loc în lumea materială și este extins social, pentru că năzuiește să reprezinte oameni obișnuiți. Ca o consecință, al patrulea element al realismului este ambiția sa de a interpreta lumea în relație cu un punct de vedere politic clar, pentru a putea produce înțelegere. Williams a fost un critic literar și nota că naturalismul în literatură este o metodă descriptivă care observă detaliile realității, în timp ce, în contrast, realismul țintește să producă experiența unei lupte dinamice asupra a ceea ce realitatea este, pentru a oferi o înțelegere a contradicției și cauzalității. Prin urmare, realismul e veridic în măsura în care admite că este parțial. Reprezentările realiste, în acest sens critic, nu sunt aparențe înșelătoare ale plăsmuirilor unei persoane, ele au sarcina de a reprezenta lumea reală și de a o confrunța, fără însă a reuși să îi rezolve contradicțiile. Pentru televiziune, reprezentările detaliate ale unei lumi ce pare reală pot fi găsite în filmele de televiziune, cum ar fi adaptările literare sau documentarele de tipul *Blue Planet*, dar acestea sunt mai mult naturaliste decât realiste. Interesul pentru imaginile concurente despre lume și modul în care evenimentele sunt cauzate în programe de tipul *The Cops* sau documentarul artistic *Dirty War* (ce are ca subiect un atac terorist) conferă realism acestor exemple.

Identificarea

Narațiunea depinde de un model schimbător de identificare între telespectator și televiziune. Telespectatorii se pot identifica cu actorii, atât în programele ficționale, cât și în cele non-ficționale, dar, de asemenea, se pot distanța de un actor (pentru a-l

găsi pe acesta comic, spre exemplu). În unele genuri, telespectatorii se pot identifica cu publicul din platou, împărtășind experiența vizionării. Narațiunea provoacă schimbarea poziției telespectatorului față de program și o alternanță între identificarea cu și dezaprobarea programului. Narațiunea le propune telespectatorilor posibilități de poziționare în raport cu programul, oferind indicii de interpretare și momente de delectare. Dar atragerea unui public și modul cum se poziționează acesta depind de multe variabile, ce includ identitatea socială și psihologică a telespectatorului. În consecință, teoria televiziunii s-a apropiat, câteodată neintenționat, de teoriile identificării, dezvoltate de studiile critice de psihanaliză și folosite în analiza cinematografică (dar și în alte medii).

Plăcerea de a urmări imagini televizate aduce cu sine o conștientizare a separării, în sensul că „eu” mă delimitez de ceea ce văd și nu sunt „tu”, „el” sau „ea”. Firul narativ e bogat în imagini ale altor oameni, locuri și lucruri și recrează circumstanțe plăcute de identificare cu alții care nu sunt ceea ce este telespectatorul, dar și neplăcute, când admite că aceștia îi vor fi mereu superiori. Privitul la televizor este parte a dorinței telespectatorului de a fi altul. Iar firul narativ propagă această dorință în viitor, prin succesiunea de imagini și sunete prin care se concretizează. De aceea această abordare psihanalitică a plăcerii privitului la televizor se bazează pe câteva modele de identificare ale telespectatorilor. Unul dintre acestea este identificarea cu televiziunea, acel ceva care le furnizează imagini ce au potențialul de a le stimula imaginația, astfel încât să se vadă pe ei înșiși diferit. Există, de asemenea, identificări cu toate personajele de pe ecran, cu toți actorii care joacă roluri pe care telespectatorii s-ar putea să-și dorească să le joace. Există identificări cu lumile ficționale și non-ficționale prezentate în televiziune, la fel ca atunci când visăm cu ochii deschiși sau ca într-o fantezie, când ne putem imagina în niște lumi ficționale. Narațiunea e construită prin intermediul unei rețele de abordări: relațiile dintre personaje, a camerei și a telespectatorului. Desfășurarea acțiunii în televiziune este analoagă cu fanteziile, în care se recurge la modele de identificare schimbătoare. Telespectatorul are la dispoziție toate rolurile: el poate fi persoana care privește sau cea care este privită, dar poate și să se delimiteze de scenă, asumându-și doar rolul de spectator. Separarea acestor posibilități de vizionare și a pozițiilor aferente provine din montarea și juxtapunerea diferitelor unghiuri de abordare din narațiunea de televiziune, care îi asigură telespectatorului o perspectivă completă și îi stimulează dorința de a privi în continuare. Narațiunile televizate creează premisele unor modele distincte de identificare, ce constituie împreună semnificații care alcătuiesc un întreg coerent.

Psihanaliza modelează într-o manieră foarte complexă privitul la televizor, oferind indicii de interpretare a fenomenelor psihice precum înțelegerea, plăcerea și neplăcerea și interesul. Această abordare a fost dezvoltată pentru a explica fenomenul vizionării filmelor, când spectatorii sunt mult mai probabil absorbiți de firul narativ. Obscuritatea cinematografului, dimensiunea ecranului și ipostaza de spectator printre alți spectatori favorizează o implicare mai profundă în film, diferită de cea trăită de telespectatori. John Ellis (1982, p. 137) a evidențiat această distincție descriind actul vizionării produsului TV drept a arunca o privire, mai degrabă decât a urmări

concentrat, asemenea spectatorului din cinematograful. În consecință, teoreticienii televiziunii s-au îndepărtat din ce în ce mai mult de abordările psihanalitice ale privitului la televizor și au examinat modul cum se construiește poziția telespectatorilor, care deseori sunt mai degrabă privitori neangajați decât spectatori implicați.

Structurile

În televiziune, narațiunile se construiesc cel mai frecvent sub forma unor seriale și serii. Serialele se constituie dintr-o poveste în derulare, divizată în mai multe părți, telenovela fiind o specie a serialului, în care sfârșitul poveștii este amânat la infinit. Seriile cuprind acel tip de narațiuni în care locurile și personajele nu se schimbă și nu evoluează, dar sunt implicate în noi povești. În producțiile contemporane de televiziune se combină caracteristicile specifice seriei: un singur spațiu, o poveste nouă în fiecare episod, dar continuitate în privința personajelor și a poveștii din serial. Robin Nelson (1997) a inventat termenul *flexi-narațiune* pentru a indica tipul acesta de ficțiune care recurge la secvențe scurte de acțiune și montaj alert, de genul celui din reclamele de televiziune, alături de personajele și poveștile în derulare regăsite în telenovelă și de noile povești din fiecare episod în cazul seriilor TV. Forma flexi-narativă este un caz de combinare a structurilor de televiziune.

Serialul *Casualty*, ce se desfășoară în mediul spitalicesc, este o flexi-narațiune, a cărei poveste abundă în momente cu acțiune intensă, cu o evoluție liberă a personajelor, întregul fiind segmentat într-un număr mare de scene relativ scurte. Scenele mai lungi și mai calme, care surprind interacțiunea dintre personaje, sunt convenții specifice telenovelei: reacțiile unui personaj la evenimentele din viața altuia sunt frecvent surprinse prin gros-planuri, cu sugestii emoționale oferite de muzică și apelul la memoria telespectatorului (în ceea ce privește evenimentele trecute din viața personajelor), pentru a completa ceea ce se întâmplă în prezentul narativ. Prin contrast, scenele mai scurte, alerte, în care, de regulă, medicii primesc la urgențe un om accidentat, se construiesc cu ajutorul unor cadre rapide, trase cu camera mobilă, și al unui monjat prompt. Împărțirea în secvențe a acțiunii face parte din convențiile documentarelor, realizându-se prin observație, sau din cele ale știrilor, care surprind acțiunea în desfășurare, și e completată de muzica dramatică și sunetul complex specific serialelor de acțiune (spre exemplu, cele polițiste). Serialul american *Spitalul de urgență* poate fi caracterizat în mod similar, însă în privința sa lucrurile sunt mult mai clare. Flexi-narațiunile, precum *Casualty* sau *Spitalul de urgență*, împrumută convenții și structuri narrative de la alte genuri TV, o tehnică a referențialului, numită teoretic intertextualitate. Intertextualitatea este esențială în televiziune și e unul dintre instrumentele prin care se stabilesc similarități și diferențe între programele și reclamele din acest mijloc de comunicare și alte medii.

Opozițiile binare subliniază structurile narrative ale multor programe TV, cum ar fi opoziția masculin/feminin sau tânăr/bătrân. Spre exemplu, în sitcomul britanic, raporturile masculinitate/feminitate, casă/muncă, raționalitate/emoție, intoleranță/toleranță