

中国广播影视文存

ZHONGGUO GUANGBOYINGSHI WENCUN

— 2004 —

刘习良 主编



中国广播影视文存

ZHONGGUO GUANGBOYINGSHI WENCUN

— 2004 —

刘习良 主编

◆ 中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国广播影视文存 / 刘习良主编. —北京: 中国广播电视出版社, 2004.9

ISBN 7-5043-4342-0

I. 中... II. 刘... III. ①广播工作—中国—文集

②电视工作—中国—文集 IV. G299.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 090816 号

中国广播影视文存(2004)

主 编:	刘习良
责任编辑:	陈丹桦
装帧设计:	李 霞
责任校对:	诸增贵
监 印:	尤 冲
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	86093580 86093583
社 址:	北京复外大街2号(邮政编码 100866)
经 销:	全国各地新华书店
印 刷:	北京东方七星印刷厂印刷
开 本:	787 × 1092 毫米 1/16
字 数:	668 (千)字
印 张:	29
版 次:	2004年8月第1版 2004年8月第1次印刷
书 号:	ISBN 7-5043-4342-0/G · 1699
定 价:	86.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

本书编委会

主 编：刘习良

副主编：周然毅 刘新坦 王和顺 闫先宏

赵动力

编 委（以姓氏笔画为序）：

尹代国 江云明 张光华 张 辉

李迪斐 李德普 杜玉芝 苏葵华

陈志抗 林友灿 苏莉莉 林光强

段 瑛 袁 艳 崔德宣 智黎明

前言

在长年累月编辑《中国广播影视》杂志的过程中，我们收到大量关于中国广播影视业发展研究的文章，其中许多文章富有真知灼见，常常使我们产生一种阅读的愉悦。但是，限于篇幅，对于大多数优秀来稿，不能一一刊载，这也使我们常常感到遗憾。由此我们想到选取其中富有创见和深度的文章，编辑出版《中国广播影视文存》，并计划每年出版一卷，以此回报广大广播影视工作者多年来对我们工作的支持，记录中国广播影视学术研究的进程，推动中国广播影视事业的健康、稳步发展。正是基于这样的构想，于是就有了摆在我们面前的《中国广播影视文存》2004年卷。

当今中国广播影视业面临着前所未有的机遇和挑战。一方面，文化和经济全球化进程的加快，现代传播技术的飞速发展，中央关于文化体制改革政策的确立和文化产业化进程的加快，为我国广播影视业提供了广阔的发展空间，我国广播影视业正经历着前所未有的变革和转型；另一方面，加入WTO之后国外媒体以各种形式的加速进入，使我国广播影视业面临史无前例的竞争，广播影视从业人员面临着观念的转变和知识的更新，这无疑是一场严峻的挑战。

我们欣喜地看到，广大广播影视从业人员正以积极的姿态抓住机遇，应对挑战。大家立足本国传媒生态，从本土文化的立场、本职工作的角度，对自身工作中遇到的现实问题进行了广泛而深入的思考。从入选《中国广播影视文存》2004年卷的文章看，无论是对经验的总结，对现实的沉思，对未来的展望，对失误的反思，都使我们感到，中国广播影视业正逐步确立在全球竞争中的位置，寻求整个行业发展和突破的方向，从一定意义上呈现了我国广播影视从业人员的理论思考，从中可以切实感悟到中国广电人勇于探索、勤于思考、善于实干、敢于创新的可贵精神。

本书编辑过程中，得到各地广电学会的积极配合、支持，河北省广电学会、山东省广电学会、辽宁省广电学会、广东汕头市广电学会给予了大力协助，在此一并表示感谢。

编者

2004年8月

目 录

理论研究篇

激情辉映荧屏 理性成就未来	陈 亮 (3)
电视不能做什么	应为众 (7)
正确开展舆论监督 促进政治文明建设	赵广耀 (12)
文化栏目、栏目文化及“有文化”的电视人	郑 标 (15)
论电视新闻的“三贴近”及对从业人员的要求	杨应南 (18)
对地方台频道包装品位的思考	朱文峰 朱文和 (21)
电视呼唤深度报道	万 凯 (24)
诚信是新闻宣传的基石	尹延秋 (26)
谈记者的创新思维	高晓元 王宏图 (28)
用视听感觉跨越语言交流的障碍	
——潮语歌曲《回唐山》MTV 获奖漫谈	周夏临 (33)
电视栏目更应注重个性化	林海蓓 (36)
在期待中探求	
——试析电视剧观众的审美需求	卢 芳 (38)
地方电视台搞好深度报道之我见	孟繁进 (42)
消除正面宣传中的负面影响	陈豫生 (46)
打造电视精品要体现先进文化	刘素平 (49)
试论新闻受众的逆反心理	郭 昕 王玉倩 张立成 (52)
电视新闻隐性采访的法律界限	胡桂林 (57)
都市电视节目与人文关怀	林黄菁 (61)
浅议多媒体时代广播对受众的吸引	宋 丽 张立成 (67)
浅析电视新闻的“视、听、读”	骆文东 (72)
论隐性采访涉及的法律与自律问题	马 畅 (75)
“三贴近”是马克思主义新闻观的结晶	卢传才 (82)
略谈电视剧创作之弊端	马光复 (86)
地方台如何发挥好舆论监督作用	冯新华 (89)

科学发展观与广播电视事业的发展	陈更生 (93)
坚持“三贴近”需要有“三情”	计春燕 (98)
精心组织策划 营造舆论氛围	
——关于振兴老工业基地宣传方略的思考	荀广才 (102)
灾难多了还是报道多了?	
——浅谈突发性事件报道的度	林海蓓 (105)
广播电视工作实践“三个代表”重要思想的思考	陈 薇 (108)
电视专题情感运用的创作思考	焦修健 (111)
小地方与大文章	
——谈地方电视台新闻节目的作为	张 静 (115)
试论当前国内纪录片的创作误区	
——由一篇杂文引发的思考	黄圆圆 (119)
对广播电视性质、功能的深化认识	王毅静 (123)

经营管理篇

电视媒体剥离可经营资产和经营模式分析	王震宇 (129)
用产业化理念重组中国电视	冯卫国 (135)
城市频率要彰显城市“品味”	汤汇炎 (140)
凤凰展翅	
——凤凰卫视品牌浅析	易 青 (143)
“夜宵”经营得好 照样有市场	李向红 (148)
国内汽车类服务性电视节目的运营现状及发展动向	王欣莉 黄 鹤 (152)
浅谈入世对广播电视经营的影响及对策	项天巨 (157)
电视产业拓宽经营渠道的思考	石 磊 (164)
电视传媒品牌意识探析	丁军辉 (167)
新形势下地方台外宣的发展思路	
——以汕头电视台对外部为个案	陆松华 李秀芳 (171)
“德”、“识”兼备方能有所作为	常 华 费 阳 (176)
强机制,增活力,抓好广播电视人事制度改革	甘 萍 (180)
创新广告经营模式 实现媒体营销价值	
——解析潍坊广播电视报的广告经营模式	李 明 (184)
强化责任意识 营造创优氛围 努力提高广播电视节目质量	
.....	张 炜 郭 纲 (188)
根据市县广播电视台的特点搞好业务培训	秦慕贞 (192)

市级台开设新闻频道初探	郑德胜 (197)
经济欠发达地区县级电视台电视广告如何做?	潘 言 (200)
试论客户研究对电台广告经营的影响	黄伟明 (204)
从形象包装看媒体与环境的关系	朱彤彤 (207)
浅谈地方电视台专业频道面临的困境与对策	洪遗发 (212)

播音主持篇

论广播电视节目创优	段 瑛 (219)
方言广播的地位与未来	吴小瑛 (224)
播音主持“融合”趋势之我见	芳 华 大 为 (229)
怎样做一名优秀的新闻节目主持人	焦玉欣 刘 蔚 (234)
试论谈话类健康节目的主持风格与技巧	任冬梅 (236)
潮汕方言与潮语广播	刘锐辉 (239)
试谈新闻播音员、主持人如何做好新闻直播工作	代学周 (244)
驾驭语言的能力是培养电视节目主持人的关键	赵葆真 (247)
声音的魅力	
——从纪实性电视专题片的配音说起	周艳丽 李泓涛 (252)
试谈网络时代广播文艺节目主持人的状态更新	李雪航 黄 海 (254)
新闻记者是新闻节目主持人的主要来源	刘 惠 (257)
小议广播电视节目主持人的“港台腔”	陈镜雄 (260)
谈广播音响的情感力量	张 玉 (263)
谈谈广播节目主持人个性化	林妙丽 (267)

节目制作篇

把握电视纪录片的节奏	汪向阳 (273)
热点新闻报道之我见	欧光益 (276)
给传统电视新闻节目调些新味道	鲍再优 沈舟兵 (278)
活与巧：地方电视新闻的取胜之道	匡海燕 (283)
和听众生活在一起	
——试论广播受众调查	王玉倩 郭 昕 张立成 (286)
现场报道的误区及对策	荀广才 (289)
追求广播文艺作品演播二度创作的美学意蕴	
.....	辛雪莉 杨 磊 何 瑾 (293)

我与电视剧《神医》

- 浅谈同期录音的艺术魅力 韩 梅 (299)
- 浅析中国电视节目之“克隆”现象 郑孝龙 (303)
- 开办明星访谈类节目的几点体会 许伟中 (309)
- 浅谈新闻媒体应如何做好成就报道 刘英梅 (313)
- 对农节目——请多一份人文关怀 赖珊盛 (316)
- 对外电视节目的选题原则 郑 标 (320)
- 从《经济半小时》看经济时事深度报道采写 陈 虹 (323)
- 电视人文谈话节目的文化诉求 张小萍 (326)
- 浅谈电视科技节目的大众化 付静芝 (329)
- 小议电视栏目包装 翟万寿 (333)
- 把镜头对准“三农” 冯建卯 王 茹 陈玲丽 (336)
- 求新·求真·求精

——浅谈音乐专题《勿忘我》的编辑技巧 陈 红 (338)

纪实手法 板块结构 情理交融

- 电视片《台湾工会界人士参访团京冀鲁纪行》
- 创作散记 安振国 (341)

浅处见深功 谈中藏精巧

- 谈中国广播电视新闻奖专题二等奖《爱管闲事的“的哥”
- 王爱国》的音响创作 辛雪莉 蒋晓音 姚 兰 (345)

把思想“隐藏”在故事中

- 从《大连·邓刚》看纪录片的故事化 李 峰 (349)
- 论现场直播对电视新闻的影响 许 静 (353)

理政节目

- 另类的新闻舆论监督形态 刘亚军 (356)
- 从《长湖恋》与《戏班》不同的造型方式上看电视新闻节目报道
- 取材的多样性 陈景燕 (360)
- 广告传播的社会化功能 李 戈 曾福华 (362)
- 以科学的节目编排打造电视台各频道的整体合力 陈 宇 (367)
- 电视纪录片多样化发展趋势浅析 马惊雷 (371)
- 平平淡淡才是真

——谈谈电视新闻节目中的人文关怀 项天巨 刘小岩 (376)

泛论电视节目之策划 郑孝龙 (379)

电视媒体如何介入性健康社会教育

——小记河北电视台《健康夜话》栏目 鄂江红 (384)

强化电视节目策划意识浅谈	曾福华 李 戈 (387)
浅议电视同期声的作用	姚 丹 (391)
财经节目的采访	重 阳 李 爽 (396)

技 术 篇

从数字化技术的进步看未来电视的发展	刘晏平 (403)
数字电视走进农村用户家庭之我见	韩卫星 (406)
市县级电视台推行硬盘自动播出的必要性及其应用	李荣川 (409)
交互式电视节目产生的理论依据与现实基础	牛鸿英 高 震 (411)
用 3dmax 创建字幕	仲伟力 (416)
杂谈电视片摄像	费立荣 (421)
改进微波收信混频电路 降低设备噪声	毕德胜 (424)
大功率 DAM 发射机房的设计与实现	贾明章 (426)
广电网与电力网融合设想	黄合根 (429)
非线性编辑与电视节目制作	陈献东 (433)
制作蚂蚁爬行动画	仲伟力 (439)
全固态中波广播发射机故障处理与分析	何宗雄 (447)
拉绳式钢塔桅天线的检查与维护	孙福建 (450)



理论研究篇

激情辉映荧屏 理性成就未来

——关于城市电视台媒体运营模式的探索与思考

陈 亮

清晰地记得著名评书表演艺术家刘兰芳在回顾她的“艺术人生”时曾经发出过这样的感慨：事业无止境，一个人的一生，犹如一头骆驼行走在无边际的荒漠之中，一步一个深深的沙坑，背上驼峰中的营养只有不断输入、不断汲取，才能寻到属于自己的一片绿洲。作为安徽省最年轻的一家地市级台，亳州电视台同全国同行一样，认真践行“三个代表”重要思想，坚持宣传工作“三贴近”，时刻铭记“新闻立台、节目活台、广告强台”的宗旨，在“导向金不换”的思想导引下，执著打拼，与时俱进，开拓创新，业绩骄人，同时也探索出了媒体运营中的一条新径。

一、激活机制，创新管理

“只要你是人才，不问你从哪里来；只要你是人才，不管你身处何岗都能凸现出来。”这是亳州电视台恪守的人力资源管理理念。

——员工的平均年龄仅为 27.5 岁，是一个年轻且可塑性较强的方阵。为充分实现个人价值，开凿出了行政管理和业务序列两大用人通道。2002 年在安徽省首家启动了首席播音员主持人、首席编辑记者和技术能手、广告精英、服务标兵的评选，在台前幕后锻打出了一条耀眼的“人才金项链”。

——用全新的竞争上岗模式替代传统的人事任命制度，通过自愿报名、个人述职演说、全员民主测评、评选委员会评定以及任前公示等程序，在公开、公平、公正、公认的环境中竞选出了中心（室）负责人、广电报总编，一批具有良好职业素养的年轻人担当起管理和业务的重任。

——在职能细化、效率提速的前提下，整合了组织机构，按照一人多岗、精简高效的法则，对各部门（栏目）定编定岗，员工选择自己中意的岗位，中心（室）负责人根据员工的岗位志愿挑选满意的员工。通过双向选择，全台的人员结构更趋科学合理、同事间的关系更为团结和谐、工作中的配合更加坚强有力，有力地提升了团队的凝聚力和向心力。同时，台里每年初还与部门负责人签订《岗位目标责任书》，年末实行全员绩效考核，培养了可持续成功的能力，打造集体英雄主义。

——2003 年年初，将自办栏目全部推向市场，采取“以栏目带广告，以广告养栏目”

的形式来运作,栏目开支均通过创收解决,此举极大地激发了各栏目的积极性、主创性,使栏目质量与广告经营有机地联为一体。

——2002年,台主要领导在亳州市首届十大杰出青年评选中荣膺桂冠;文体中心主任王军同志在全省青年歌手电视大赛中以第1名的成绩代表安徽省参加了CCTV第十届全国青年歌手大赛;2003年,副台长修薇被授予“全省广电系统十大女性”和“全省三八红旗手”。我台及员工同时还多次获得省、市级表彰。

目前,亳州电视台在节目质量、管理水准等方面均位居全省业界前列,2003年2月26日,《中华新闻报》大篇幅推介了我台的改革经验。

二、做活策划,创新节目

我台荧屏如今可以用“新潮、新鲜、新锐”来描绘,栏目改版经常化、节目结构科学化、采编设备管理集约化。

——目前拥有自办栏目八档,其中《亳州新闻联播》已经具有19年的光荣历史;社会新闻栏目《药都时空》开创了全省说新闻的先河;《谯城晚报》是全市观众的一份电视晚报;《亳州周刊》成为一本可听可看的电视新闻杂志。此外,《走进农家》、《花戏楼新舞台》、《古井报道》、《药都党建》等栏目高擎创新旗帜,变中求精,不断把栏目质量推向新的高度。

——继两篇作品荣获中国新闻奖、中国电视奖之后,2002年以来,有多部新闻专题在中央台亮相,有600多条新闻在省台以上播发,多次荣获“全省电视新闻先进集体”称号,其中有多篇作品获大奖,充分验证了过硬的业务功力。

仅2004年上半年,我台先后由近百篇稿件在省台、中央台以及其他上星台播出,外宣成绩喜人。其中,由我台采编上投的电视新闻《亳州:污水当街流 政府解民忧》,继4月16日在《安徽新闻联播》栏目“群众利益无小事”板块中作为重头稿件播发后,又在安徽电视台新闻中心四五月份新闻评奖中荣获“金奖”,再次彰显出我台扎实的业务功力和精湛的业务技艺。“五一”期间,我台记者积极配合涡阳警方,成功解救了涡阳县受困民工,并制作出高质量的新闻《“五一”民工大营救》,先后在安徽台、中央台播发。在采访营救受虐民工的过程中,二位记者充分弘扬了记者高度的职业精神,不畏风险,拍摄了许多动人心魄的画面,引起了中央台《讲述》栏目的注意,并于5月28日专派记者来我台捕捉幕后新闻。这是我台记者首次与中央台栏目“面对面”,中央电视台10套于7月12日在《讲述》栏目中翔实“讲述”我台记者的亲身经历。与此同时,由我台采写的《投票选小偷》也在省台、中央台多个栏目中同时播出。

——一个人初学三年会感觉天下无敌,再学三年则感觉寸步难行,又学三年才感觉游刃有余。我认为,学习是创新的源泉,培训才是最大的福利。我台2001年始开展“创建学习型单位,做终身受教育员工”活动,定期进行采编摄业务培训,不定期地聘请北京广播学院、安徽大学、安徽电视台的专家授课,为全台员工每人发放了《致加西亚的信》、《这种事,不必老板交代》两本励志书籍,组织员工观摩全国十大名牌栏目和安徽、湖南、东方等卫视的优秀节目,用研究型的学习态度引领素质的跃升,工作学习化、学习工

作化已成为全员的自学行为。亳州市委宣传部、市文化广播电视局曾专门召开现场会，推介我台经验，时任安徽省委常委、宣传部长的骆惠宁来台视察时对此举高度肯定。

——2002年以来，党的十六大、全国人大政协两会和2003年亳州市抗击“非典”、药市打假、抗洪救灾“三大战役”等宣传要务不仅要求导向正确、报道出新，而且还要确保安全播出，严防“法轮功”分子对信号的干扰与破坏。我认为，好记者、名记者就应当是“好事之徒”，大事、难事面前往往是提升品牌影响力的绝佳时机。在非常时期，我们紧紧围绕中心主题，把握新闻主线，创新报道手法，强调人文关怀，开办多个小板块、小栏目，制作播出了大量宣传短片、MTV、电视专题，重磅推出2003年“十大精彩亮点”、“十大新锐理念”、“十大经典策划”、“十大难忘瞬间”，为中心工作营造了浓厚氛围，体现了“打造诚信电视台、做一个负责任媒体”的办台理念，向组织交上了一份出色的答卷。

三、盘活经营，创新运作

电视传媒的产业属性要求电视媒体必须走经营之路，只有争取更大的经济效益，才能实现对宣传功能和工具属性提供有力支持。

——以节目覆盖、广告创收和节目运作为主要要素整合经营方式，运用频道专业化、栏目品牌化的经营策略来实现“区域强势媒体、地面主流频道”的发展战略，以节目运作的分众化实施和集成化编排，提高频道的时段价值，顺利地实现了电视媒体从媒体经营向经营媒体方向性转变。

——我台目前已形成了新闻综合频道、生活频道、亳州广播电视报、亳州市声屏广告公司的强力阵容（另有一个频道完整转播中央台一套），新闻综合频道党性与百姓并重、新闻与娱乐互动；生活频道以影视剧、社会新闻为主打；《亳州广播电视》报坚守广电特色、创新服务内容；声屏公司创建性地开发多种营销策略，让客户在规范的服务中得到满意的效果、双赢的局面，为荧屏的多彩增添了厚重底色。

——1997年，在全省首家创办车载电台，之后多次对全国农业工作会议及省市级会议移动式直播；2003年，我台又在全省首家建设了电视精品展廊，创办了电视发展论坛，锤炼了团队精神，确立了宣传经营理念，制定了《台训》，构建了独具特色的媒体文化。

——2004年，在内部管理方面，我台严于管理、精细管理与人文管理同时推进，除每月发布一条警示语外，全员实行了工作日志法，开展了员工问卷调查，组织全员健康体检，多次召开发展恳谈会，邀请各界人士为我台发展献计献策。同时，还先后召开了盘点部门工作失误会和管理经验交流会，成立专门的监察机构，强化日常的监督与管理，使内部管理水平不断得以优化和提升。《中华新闻报》上半年曾经先后四次报道我台新鲜的管理经验。

——为了厚报热情的受众，先后举行了万人游园大联欢、万人长跑大赛等活动，每年举行一届青年歌手电视大赛、春节联欢晚会、“3·15”晚会，经常性举行观众最喜欢的播音员主持人评选、电视剧有奖收视、广电报读报有奖等活动，1997年成立的手拉手艺术团先后进行了三十余场的慰问演出，受到了社会各界的广泛赞誉。

作为媒体而言,受众的关心程度就是媒体的生命力,因此,我台经常二问“问二老”,即一问老干部(意指党委政府),二问老百姓,我台于2004年开展了名为“甲申行动”的大型收视调查活动和“点错有奖”活动,在全市城乡聘请了多名特约监视员,旨在广泛搜集终端信息,为办好电视、把握方向掌握第一手的资料。

——电视节目编排是一门节目组合艺术,也是一门时间分割艺术。它是把一个电视台的频道、节目、栏目经过科学的协调和组织,形成可实施播出程序的管理过程,实际上是电视节目管理流程的末端。因此,为了满足观众日益增长的生活需求,我台从2004年元旦开始,打破传统的分段式播出模式,不断变换编排技法,两大频道每天超大容量、不间断放送,《药都剧场》等八大剧场、《周末电影街》等三大影院、每天16集电视剧与观众准时相约。从早上7点钟开始,一直到次日凌晨12:30左右,35个小时不间断放送。

我台组织精兵强将,强化策划,突出创意,精办自办栏目,增加播出频次,突出区域特性,拉近与受众之间的距离。同时还建立了一个运转流畅的影视剧宣传推广运作体系,确保我台播出的电影电视剧能在本地观众中拥有较强的凝聚力和忠诚度。我台每天的开台、闭台、导播、广告宣传、提示和主持人的导语等亲切和蔼、文明礼貌的视觉行为是形象包装的直感部分,2004年,我台在频道包装和宣传炒作上又取得长足进步,在“两会”期间,在“三八”国际妇女节、“3·15”国际消费者、“六一”儿童节、母亲节、父亲节、“七一”党的纪念日、“八一”建军节等特殊的日子,我们先后推出了一系列的精彩短片,并制作播出了大量精美的形象宣传片,有力地提升了我台公众的美誉度。

在媒体运营中,我们知道我们知道的只占5%,我们知道我们不知道的只占15%,我们不知道我们不知道的却占80%。因此,我认为,创新就是变中求变,创新就是创造性地破坏,也是与时俱进的外在表现形式。作为一家城市电视台和区域性媒体,亳州电视台在风雨历程中唯一不变的是变化,高奏的强音是发展,实现了荧屏事业的大跨越,成为皖北地区的强势媒体之一。

(作者单位:安徽亳州电视台)

电视不能做什么

应为众

电视顺应天时地利坐上大众传媒的“头把交椅”后，对当代人们的生活方式、思想观念都产生了极为复杂深远的影响，有人把它的出现称作是当代社会的一个“神话”。

电视对当今社会产生的巨大影响力，英国传播学者约翰·汤林森（John Tomlinson）有过这样的评述：“凡是没有进入电视的真实世界，凡是没有成为电视所指涉的认同原则，凡是没有经由电视处理的现象与人事，在当代文化的主流趋势里都成了边缘，电视是‘绝对卓越’的权力关系的科技器物。”^①电视媒介仿佛像一只巨大的章鱼，它的触须无所不能地伸向当今人类精神文化领域的方方面面，似乎对所有的学科门类都有渗透、消解、同化并使之“电视化”的功能。感慨于电视无远弗届，无所不能的咄咄之势，我想，与其发问“电视还能做什么”，不如发问“电视不能做什么”或许更能接近答案。

电视媒介功能的膨胀扩张，首先得益于科学技术的迅猛发展——这也印证了“技术可以创造艺术，也可以创造法则”的论断。前苏联学者 A·G·特罗申就把电视看成是“一门技术性的艺术”^②。就像电影能成为“第七艺术”，得益于近代光学技术的发展一样，电视媒体每一项新的功能被发现、开掘和利用，也都伴随科学新技术的成熟与应用。没有 ENG 技术的出现就没有声画同步一体的采访形式；没有卫星地面定点技术的出现就没有多地域的电视连线直播，没有数字技术的开发，就不可能有交互式电视和高清晰电视等视听方式和视听效果的革命……电视新技术还在日新月异地发展，电视的功能领域还会拓展延伸。所以，今天电视不能做的，并不意味着永远不能做到。

但是，电视不仅仅由冷冰冰的仪器和技术构成，真正操控它的是富有情感与思想的人。技术更非万能，任何时候都有技术的神威莫及之处，那就是电视必然有所为有所不为的原因。

电视媒体在某些方面知其不可而为之，于是不懈地开拓创新，探索尝试，使电视语态语汇、传播功能和表现手段不断得到丰富；在某些方面又知其不可为而不为，遵循电视自身规律，扬己之长避己之短。

那么，与其他媒体相比，电视之短在哪里呢？

在时效性和信息传播的迅速便捷上，电视有时不如广播（甚至不如纸质媒介）。盖因电视的技术依赖程度过高，操作环节复杂之故。多部门多环节配合，团队协作，技术保

^①约翰·汤林森：《文化帝国主义》，冯建三译，上海人民出版社 1999 版。

^②A·G·特罗申：《电影与电视》。