



TV SPECIAL PROGRAMMES
AND THOSE ACTIVITIES

电视专题



蔡尚伟 / 等著

- 系统阐述电视专题相关基本理论与方法
- 深入分析电视专题节目工作中的新问题
- 全面提升读者把握电视主题活动的的能力

清华大学出版社





电视专题

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书遵循历史与逻辑相统一的原则,按照电视专题部门的工作内容来谋篇布局。全书分为四大部分:电视专题片、电视纪录片、电视专题栏目与电视专题频道、电视主题活动,共 17 章。各部分环环相扣,突出社会把握能力和节目创作能力的培养,力求反映本学科领域的最新成果,体现行业发展需要。

本书内容翔实,案例丰富,图文并茂,具有较强的针对性、理论性和实用性。可作为广播电视新闻学、编导等专业“电视专题”课程的教材,适合广播影视专业和新闻专业的在校学生阅读,也能为电视专题相关领域的从业人员提供一定的实践指导。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

电视专题/蔡尚伟等著. —北京:清华大学出版社, 2010.6

ISBN 978-7-302-22608-6

I. ①电… II. ①蔡… III. ①电视节目-制作-高等学校-教材 IV. ①G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 080265 号

责任编辑:吴颖华

封面设计:刘 超

版式设计:杨 洋

责任校对:焦章英

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京密云胶印厂

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:175×240 印 张:19.75 字 数:398 千字

版 次:2010 年 6 月第 1 版 印 次:2010 年 6 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:33.80 元

产品编号:032018-01



绪 论.....	1
----------	---

第一部分 电视专题片

第一章 电视专题片导论.....	11
第一节 电视专题片与电视纪录片之辨.....	11
第二节 电视专题片的类型.....	17
第三节 电视专题片的主要价值.....	21
第二章 电视专题片的前期工作.....	26
第一节 一般电视专题片的前期策划.....	26
第二节 特殊电视专题片的策划与报批.....	29
第三章 电视专题片解说词的写作.....	35
第一节 解说词的作用.....	35
第二节 解说词的体式.....	38
第三节 解说词的创作观念.....	42
第四节 解说词的写作.....	46
第四章 电视专题片的采访与拍摄.....	55
第一节 电视专题片的采访.....	55
第二节 电视专题片的拍摄.....	59
第五章 电视专题片的后期制作.....	67
第一节 电视专题片后期制作的主要流程.....	67
第二节 电视专题片的剪辑技巧.....	70
第三节 后期制作过程中要注意的问题.....	73

第二部分 电视纪录片

第六章 电视纪录片简史.....	83
第一节 国外纪录片简史.....	83

第二节 中国电视纪录片简史	91
第三节 影响电视纪录片发展的主要因素	99
第七章 电视纪录片的类型、价值与策划	105
第一节 电视纪录片的类型	105
第二节 电视纪录片的价值	111
第三节 电视纪录片的策划	115
第八章 电视纪录片的拍摄	122
第一节 电视纪录片的基本拍摄要点	122
第二节 电视纪录片的主要拍摄手法	136
第三节 拍摄过程中的介入	139
第四节 拍摄过程中的录音	142
第九章 二度纪实纪录片的摄制	147
第一节 二度纪实纪录片的概念	147
第二节 二度纪实纪录片的创作	152
第三节 二度纪实纪录片中的“情景再现”	156
 第三部分 电视专题栏目与电视专题频道	
第十章 电视专题栏目与电视专题频道导论	167
第一节 国外电视专题栏目、专题频道的发展概况	167
第二节 中国电视栏目的发展历程与主要类型	173
第三节 中国电视专题频道的发展背景与主要类型	179
第十一章 电视专题栏目的策划	186
第一节 电视专题栏目策划的意义	186
第二节 电视专题栏目策划的内容	188
第三节 电视专题栏目策划中的创意	194
第十二章 电视专题栏目的制作与电视专题频道的包装	200
第一节 电视专题栏目的制作	200
第二节 电视专题栏目、专题频道的包装	203
第十三章 电视栏目的主持	211
第一节 栏目主持人导论	211
第二节 电视专题栏目主持人的发展轨迹	216
第三节 栏目主持人的表达技巧	219

第十四章 电视专题栏目、专题频道的经营与管理	232
第一节 电视专题栏目的经营	232
第二节 电视专题栏目的管理	242
第三节 电视专题频道的经营与管理	248

第四部分 电视主题活动

第十五章 电视主题活动简介	259
第一节 电视主题活动的概念及其属性	259
第二节 电视主题活动的分类	265
第三节 国内电视主题活动的发展历程	272
第十六章 电视主题活动的策划及其盈利	276
第一节 电视主题活动的策划内容	276
第二节 电视主题活动的主要盈利模式	285
第三节 电视主题活动的策划方法	288
第十七章 “节目活动化”与“活动节目化”	292
第一节 “节目活动化”与“活动节目化”的内容	292
第二节 如何“节目活动化”与“活动节目化”	295
第三节 “节目活动化”与“活动节目化”的关键点	299
后 记	307

绪 论

不管是从事电视工作多年的业界人士，还是刚选择了“电视专题”课程的在校学生，也许大家都有一个颇感困惑的问题：“电视专题”到底指的是什么？它怎么不像电视新闻或电视剧那样能够让人一下子可以联系到大量清晰的节目或者情节、明星呢？“电视专题”似乎是说不清、道不明的雾中花，颇有几分虚无缥缈，而大家又都能感到它在生活中的大量存在。这神秘的“电视专题”，如何才能让人得其门而入？

一、走进电视专题之门

走进电视台，你可能会发现“专题部”这样的牌子；打开电视机，你会发现一类特别的纪实节目——“电视专题片”，也会经常发现与之相似的节目似乎又被称为“电视纪录片”；阅读学术文章，“电视专题”的字样经常可见……面对这错综复杂、林林总总的“电视专题”，也许你会感到十分迷茫，想对它探个究竟。

首先，我们不妨望文生义：电视专题就是为电视做的专题。“电视”易懂，“专题”为何？《现代汉语词典》认为专题是“专门研究和讨论的题目”。那么，电视专题是否就是“为专门研究和讨论电视而做的题目”呢？很显然，此路不通。为了给大家指出一条便于探索的道路，我们将以“电视专题部门的工作内容”为钥匙，来打开“电视专题”之门。也许这样做的逻辑性不是最强，但这是坚持历史与逻辑相统一的最好选择。

什么才是“电视专题”呢？电视专题部门的工作内容究竟有什么？——可能是为各级部门、各企事业单位拍摄的以宣传为主的专题片，可能是为了反映某种社会现象而拍摄的电视纪录片，专题部门也可能承担起某栏目甚至专题频道的日播制作任务，还可能跨地域、跨行业地与其他机构合作举办主题活动，以扩大电视媒体的影响力……基于此，本书分为四大部分。

第一部分：主要讲解电视专题片。电视专题片可以说是电视专题领域极富中国特色的品种，主要是指预定某种主题，对社会生活某一领域或某一方面进行宏大叙事，给予集中的、深入的跟踪记录，内容较为专一，形式多种多样，反映自上而下的集体意识形态的一种电视节目形态。

第二部分：电视纪录片。长期以来，在很多理论界和业界人士眼中，电视专题片与电视纪录片本质相同，都真实地记录真人、真事、真情、真景，以“真实性”作为创作的生命，因而便将二者混为一谈，统称作“电视纪录片”或者“电视专题

片”。而实际上，二者的内涵各有侧重，存在一定的意义偏差。为精准地理解不同类型的电视专题，本书的第二部分专门阐释电视纪录片。

第三部分：电视专题栏目与电视专题频道。在电视发展过程中，单体的电视专题片、电视纪录片往往会有栏目化、频道化的发展趋势，专题栏目、专题频道是单体节目的传播载体和平台。因此，本书的第三部分有必要与大家探讨电视专题栏目与电视专题频道。

第四部分：电视主题活动。随着电视技术的进步和节目资源的丰富，各电视媒体通过主办或参与举办各种主题活动来扩大自身影响力，最终获得受众与广告主的青睐。21世纪初，电视主题活动已俨然成为电视领域最为火热的关键词。在这种趋势下，电视专题栏目与电视专题频道也纷纷举办电视主题活动来提高自身知名度，扩大自身影响力。为了帮助广大读者更好地认识电视专题，本书第四部分专门探讨电视主题活动的相关问题。

这四部分自成体系又密切关联。本书将电视专题片置于开篇阐释，主要是考虑到“专题”二字最契合本书“电视专题”的核心概念，专题片的形式也最具中国特色。其次，专题片是电视台最为普遍的节目形态，对于初学者来说也最易懂易学，会做、做好专题片对电视职业生涯具有十分重要的作用。目前市面上充斥了许多关于“纪录片”的书籍，但入门“专题”的著作却相当匮乏，有必要进行系统、专业的探讨。

从电视专题片、电视纪录片的单体节目形式发展到电视栏目、电视专题频道等单体集成化的形式，再到电视主题活动，其实是一个循序渐进的过程，它们各自的工作重心都有所差异，因此，本书在讲解中也将各有侧重。例如专题片、纪录片其本身的文本内容分量较重，本书会详细介绍制作上的细节；而在主题活动部分，则侧重社会运作与协调，之前的文本内容只是活动中最基础的一环。

总之，本书按照电视专题发展的大体顺序来布置章节，各部分环环相扣，以期为具体的实际操作奠定基础。

二、踏上电视专题之路

为了便于正在从事电视专题工作的业界人士提升自身的专业水平，并给予在校学生系统有效的从业指导，甚至为其人生发展方向提供一定参考，在此有必要谈谈学习电视专题应当满足的基本要求及需要掌握的基本方法。

1. 具备基本的知识储备

首先，电视专题从来都不是孤立的存在，电视专题片、纪录片、专题栏目、专题频道及电视主题活动的内容都是广泛的社会生活，不离人生与社会，与社会政治、经济、文化生活有着千丝万缕的联系。无法想象一个电视工作者没有相当的文学素

养却能拍摄好文学大师的纪录片,不懂经济知识却能策划好有关国计民生的电视经济专题栏目,对政治毫不知情却能制作出优秀的文献理论专题片。

电视专题处于广泛宏大的社会学科知识体系之中,其创作思维均来自工作者心灵的智慧,其根基在于思辨。一个具有良好文化储备的人,头脑中有足够的知识信息作为参照,必然会有更出色的理解能力、分析能力、思辨能力。因此,想要学好电视专题的相关知识,应当具备以下基本的文化知识储备:

(1) 具有文学、历史、哲学、法律、经济五大学科的一般视野。无论制作何种电视专题节目,都必然不会脱离这五大学科的内容,而文、史、哲、法、经的知识储备,对个人能力的提升也起着极其重要的作用。譬如文学所要求的感受、理解、表达、想象等能力,也是电视节目制作中所必需的;而历史是世界万物存在的时间维度,任何事件都必须要以历史来记录;哲学是对事件高度、抽象的判断,可使人们在节目制作过程中思维程序更为清晰;熟知法律有助于人们对社会事件的判断更为精准;对经济常识有所了解则可对人们生活方式的认识更加深刻全面。

(2) 了解传播学的基本原理,熟知传播的经典模式、传播控制理论和传播效果理论等。但不能局限于理论框架,要懂得将其与现实工作相结合,并不断创新。举例来讲,从极端的“魔弹论”到“有限效果论”,学界对媒介传播效果的研究不断深入,受众的地位也不断提高。目前学界大部分人都坚持“受众中心论”,即一切传播活动都以受众为中心,但这似乎又再一次矫枉过正。因此,我们在这里有必要提出一个观点——“受众基础论”,它指的是媒体尊重、体谅受众,在实际传播活动中将受众置于最基础的一环,但传播是否有效的判定最终仍要落到传者本身或其委托方、广告商等。如电视专题片的被拍摄方与拍摄方是委托与被委托的关系,其传播活动要以委托者为中心来完成;电视纪录片多追求创作者个性化的艺术风格,其传播目的重在让受众体会到拍摄者个人的意图、理念,即以作者为中心开展传播活动;电视专题栏目、专题频道及主题活动在操作程序上以广告商为中心,受众只是其中的一个重要环节,其传播是否有效,最终还是要以投资方收益来评估和判断。

(3) 对社会学有一定的了解,能掌握其共性特征和普遍规律。能够应用定量定性分析、内容分析、控制实验、个案研究等社会学科的一般研究方法来思考 and 解决问题。

(4) 对社会生活的方方面面要有所了解,这样才能结合当今受众的需求和社会发展趋势来探讨电视专题的发展。

如果说学习的过程好比轮船远航的话,充足的知识储备就像是性能良好的动力设备。如果动力不足,即使顺风顺水也难以抵达彼岸;如果动力充足,必然全速直航,乘风破浪!

2. 牢记:生活中处处是实践

很多电视专业的年轻学生喜欢将实践与生活相剥离,以进不了电视台等媒体实

习作为缺乏实践的托辞。这是专业学生的集体误区,也是大家面临的最大问题。

电视媒体作为大众传播的一种形态,与其他传播形态的本质基本一致。媒体传播实际上是一种自我传播基础上的传播,它为人际传播提供了一个平台。自我传播能力较强的人,也一定具有很强的 interpersonal 传播能力。可以说,一个人就是一个媒体。生活本身其实就是对媒体传播的实践,只是在日常化的实践中我们要努力去接近更专业化的要求,用专业眼光、专业标准来训练自己的观察和思维方式,而不仅仅局限于技术层面的实践。

凤凰卫视有一句经典的宣传语——“思想有多远,我们就能走多远。”观察与思考是创造的前提,也是实践的必备能力。如果没有对生活深入细致的观察,作家就不能创作出优秀的作品,艺术家就不能创造出真正的艺术。同样,没有细致的观察与思考,电视人也不可能制作出优秀的电视专题。也正因为电视专题的内容来自社会生活,我们才更应该在生活中培养观察与思考的能力。从某种程度上讲,我们对生活进行观察与思考,其实也是对专业的一种实践。

3. 有效运用网络资源进行学习

我们在观看电视专题的相关节目时,为了更好地了解这些节目的制作背景及其相关的评析研究材料,需要查阅大量的资料,而网络则为我们的学习提供了一个良好的平台。网络省去了纸媒大量的印刷投递工作和广播电视节目所需的昂贵设备,并且它不分地区、不论国界,随传随至,既方便快捷,又省钱省力。下面具体介绍几种利用网络查找电视专题资料的途径。

(1) 利用网络资源搜索相关视频

我们在学习电视专题时,需要欣赏、观摩一些经典作品,除了借阅、购买相关光盘之外,很多视频可以利用网络资源更为便捷地在线或下载观看。也可以利用网络搜索节目制作所需要的素材等。还可以利用网络资源查找相关的拍摄制作知识,用来指导我们的实际操作。常用的与电视专题相关的网站包括:

<http://www.cntv.cn> 中国网络电视台
<http://www.jlpzj.com> 纪录片之家
<http://www.cnjlp.tv> 中国纪录片网
<http://www.1926cn.com> 良友纪录片网
<http://www.365huodong.com> 环球活动网
<http://www.cdac.com.cn> 中国电视纪录片网
<http://www.tudou.com> 土豆网
<http://www.xunlei.com> 迅雷网
<http://www.verycd.com> 分享互联网
<http://www.youku.com> 优酷网
<http://www.ku6.com> 酷6网

.....

(2) 利用相关网站、数据库查阅评析资料

利用相关网站、数据库查阅评析资料,能够拓展我们的思路,开阔我们的视野,有利于我们加深对电视专题的认识与理解,从而紧跟电视专题的发展。常用的电视专题研究资料的查询网站有:

<http://media.people.com.cn> 人民网传媒频道

<http://www.xinhuanet.com/newmedia/index.htm> 新华网传媒频道

<http://www.mediachina.com.cn> 中华传媒网

<http://www.chinatvforum.org> 中国电视批判论坛

<http://dshyj.cctv.com/> 《电视研究》

<http://www.cjr.com.cn> 中国新闻传播学评论

<http://www.owmo.net> 全球传媒观察网

<http://purple.nj.gov.cn> 紫金网

<http://www.chuanboxue.net> 传播学论坛

(3) 利用网络资源查找电视专题拍摄制作的相关知识

电视专题学习过程中的复制仿效法和置换实验法,需要进行实际的操作,我们可以利用网络资源查找拍摄制作的相关知识。如利用 DV 机进行复制仿效、置换实验,这其中不仅需要“术”的积累,“学”的引导也必不可少。

除了以上提到的各个网站中有电视专题的相关知识,不少门户网站也开设了相关专栏,读者可根据实际需要利用搜索引擎帮助查找。有一点需要注意的是,网络资源虽然丰富,但却良莠不齐,一些信息的可信度不高,因此,提高对信息的分辨、筛选和利用等能力非常关键。

4. 培养专业复述的能力

在阅读相关的电视专题文本时,我们往往会经历两个阶段:第一个阶段就是常态化的阅读,即像普通观众一样在放松的状态下进行的非功利化的阅读;第二个阶段则是对节目内容的细读,其中专业化的复述非常重要,它能有效地促使我们在观看的过程中高度集中注意力,而不是流于对故事情节的浮光掠影。专业化的复述主要包括以下几种方法。

(1) 记录复述法

在阅读电视专题的过程中学会记录,并用专业化的表达方式对电视专题进行复述,如用分镜头脚本(第一部分第四章将会介绍分镜头脚本的基本格式)的方式复述作品。这种方式可以从电视专题相关节目的镜位、景别、同期声、音乐和音响等各个层面展开。

(2) 复制仿效法

在现实生活中模拟拍摄、制作电视专题的相关节目,达到学以致用目的。这里的“复制”并不是一味地去拷贝成功的电视专题成片,而是指遵循某部电视专题相关节目的模式,揣摩其大体流程,用相似的方式来拍摄、编排自己感兴趣的生活

片段。通过这种复制仿效的方法,可以使我们真正地把握住电视专题的细节,从而进一步抓住其制作者的核心意图。

(3) 置换实验法

置换实验法,是指将电视专题相关文本的镜头顺序、景别、角度等进行置换,或将自己拍摄的镜头加入电视专题的相关文本中,看其意义产生的变化,并通过二者的差异来比较哪种效果更好。这种方法一般采用经典文本作为蓝本。比如,在设置字幕的时候,把红底字幕换成黑底或者白底字幕,然后进行比较。通过置换,我们还可以对比出中景、长景、远景、特写等各种拍摄方法的优劣,认清了各种拍摄方法的特性之后,在实际创作中,对于哪一种拍摄手法适用于哪一类场景,就能够做到心中有数,以便在适当条件下进行恰当的选择使用。这些看似微小的差别,却能给观众带来不同的感官体验。通过多次置换实验,我们便能得到一定的启示,从而积累实际创作经验,为以后的从业打下基础。

专业化的复述要求我们对经典的电视专题作品进行仔细地观摩思考,深入地剖析这些作品的拍摄、剪辑手法,这实际上是对我们的专业素养提出了更高的要求。

5. 使用便捷设备做实验性节目,“善搞”并“善传”

在电视专题的具体学习过程中,除了要具备基本的文化知识储备,培养观察与思考及专业复述的能力,以及学会有效运用网络资源等方法之外,还可利用DV机与家庭电脑等便捷设备制作实验性节目。在前面我们已经讲到了电视专题学习过程中的复制仿效法和置换实验法,这两种方法重在模仿;用DV机与家庭电脑等便捷设备制作实验性节目,则重在激发原创力。在实验性节目的制作过程中,我们可以按照电视专题相关节目制作的大体流程——策划、拍摄、编辑、播放和参评这样一个程序来进行。

DV机的便携性和家用电脑的普及为非专业人员进行实验性编排提供了可能。对于即将成为电视从业者的广播影视专业或新闻学专业的大学生来说,DV机是其入门练习的绝佳武器,个人可以在生活中非常私密的空间去深入记录和探索。而家庭电脑为我们在学习过程中进行简单的编排提供了基本的技术平台。比较适合于家用电脑编辑的软件主要有绘声绘影、Adobe Premiere、Sony Vegas、Video Studio、威力导演和Movie Maker等。

近年来在影视界兴起了“恶搞”风,而本书这里所说的“善搞”,是指对电视专题相关文本进行解构和再创造,体现一定的趣味性和智慧性,使观者会意并产生共鸣,例如曾在网络上红极一时的儿童版新闻联播——《幼闻联播》。“善搞”重在使创作者实现自我创意的同时锻炼其相关技能,但坚决杜绝对他人进行人身攻击和扰乱社会秩序等行为。

同时,还应提倡对作品进行广泛的传播分享,即作品不仅要“做得好”,还要“传得动”。对电视专业或准专业人士来说,“自娱自乐=自私”,我们应当坚决摒弃自娱

自乐的思想, 所学必须有所用, 所做必须有所诉求。在新媒体飞速发展的今天, 如何利用各种资源实现自我传播, 也是训练学者专业技能的重要方面。拍摄制作完成后, 应当积极地将其分享传播, 有时候金子的发现只在一次偶然的尝试。例如, 自发组织各种规模的观片活动, 重在分享作品理念, 并邀请参与者提出改进建议; 也可主动上传网络空间, Youtube、土豆网等国内外视频网站为将作品传递到世界各个角落提供了可能。或者积极争取在各类 DV 电视栏目中播放, 如中央电视台的《百姓档案》、凤凰卫视的《DV 新时代》、上海电视台的《DV 365》、江西电视台的《多彩 DV》、辽宁教育电视台的《DV 故事》、河南电视台的《DV 观察》、广东电视台的《全民 DV》等。此外, 还可以将作品参与各类相关赛事, 如北京大学生电影节短片大赛、“科讯杯”全国高校学生高清暨 DV 作品大赛等。

当然, 学习电视专题的方法还有很多, 本书这里提供的方法主要是针对广播影视专业和新闻专业的在校学生, 同时也希望为电视专题领域的从业人员提供一定的实际性指导。



TV SPECIAL PROGRAMMES AND THEME ACTIVITIES



第一部分 电视专题片

- 第一章 电视专题片导论
- 第二章 电视专题片的前期工作
- 第三章 电视专题片解说词的写作
- 第四章 电视专题片的采访与拍摄
- 第五章 电视专题片的后期制作

第一章 电视专题片导论

在我国，电视是典型的“舶来品”，而电视专题却是地地道道的“国产品”。从名称到内涵及操作程序，严格意义上的“电视专题片”都有着鲜明的“中国特色”，一般意义上的“纪录片”不能涵盖它。电视专题片独特的拍摄原则、方法与程序更应该得到科学而系统的介绍，而不是像一些著作那样语焉不详甚至讳莫如深。

第一节 电视专题片与电视纪录片之辨

电视专题片到底是什么？这是围绕在实践领域和学术界的一个长期争论的话题。很多时候，“专题片”大多与纪录片相混淆，或直接冠以“纪录片”的名称，电视专题片和电视纪录片之间的界限模糊不清，造成了理论上的混乱和操作中的迷惘。有人说“领导让拍的是专题片，自己想拍的是纪录片”；有人说“有主持人出现的是专题片，没有主持人的是纪录片”；有人说“有主观解说词的是专题片，纯客观记录的是纪录片”；甚至有人说“专题片就像是论文，而纪录片是小说、散文，其间的区别就在于一个是遵命，一个是创作”等，众说纷纭，不一而足。

那么，什么叫电视专题片？电视专题片与电视纪录片到底有着怎样的区分？这是我们在这一节将要重点探讨的问题。

一、歧义概念的辨析

其实，在实际工作中，大多数电视工作者对电视专题片与电视纪录片之间的异同都略有判断。他们往往认为：电视纪录片就是那种注重生活原生态的纪实片，电视专题片就是比较传统的倚重解说表达、带有宣教腔的那种类型——一切来自约定俗成和经验使然。但假如沿着这个思路再细说下去就有点“剪不断理还乱”了：电视纪录片追求纪实性，排斥导拍、摆拍，但随着拍摄技术的发展，以前为专题片所固有的“搬演”技巧已日渐为纪录片所用。既然电视纪录片可以这样做，那么反过来将这些做法用于电视专题片难道行不通吗？细想之下我们会发现任何一种创作手法并不独属于这二者之中的任何一方。这种在具体的创作细节上寻找二者界限的做法显然是有局限性的，毕竟具体的创作细节存在变数，它所具备的个性成分是不能替代普遍规律的。

同样，在理论界，对于电视专题片与电视纪录片之间的异同也众说纷纭、莫衷