

电视纪实之二

 中国人民大学出版社

21世纪新闻传播学系列教材

>> Journalism & Communication

雷蔚真 著

电视新闻摄制

21 世纪新闻传播学系列教材

电视新闻摄制

雷蔚真 著

中国人民大学出版社

• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

电视新闻摄制/雷蔚真著.

北京:中国人民大学出版社,2010

(21世纪新闻传播学系列教材)

ISBN 978-7-300-12125-3

I. 电…

II. 雷…

III. ①电视新闻-新闻摄影-高等学校-教材

②电视新闻-电视节目-制作-高等学校-教材

IV. ①J419.1 ②G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 081572 号

21 世纪新闻传播学系列教材

电视新闻摄制

雷蔚真 著

Dianshi Xinwen Shezhi

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京东君印刷有限公司		
规 格	170 mm×228 mm 16 开本	版 次	2010 年 6 月第 1 版
印 张	13.75	印 次	2010 年 6 月第 1 次印刷
字 数	270 000	定 价	26.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

《21 世纪新闻传播学系列教材》编委会

主 编 方汉奇

副主编 (按姓氏笔画排列)

丁淦林 何梓华

郑兴东 周瑞金

赵玉明 郭庆光

童 兵

总序

P R E F A C E

序

中国人民大学出版社策划出版的这部“21 世纪新闻传播学系列教材”，是一部在新闻传播学领域内，皋牢百代，卢牟六合，贯穴古今，笼罩中外，密切联系新闻传播工作的实际，广泛吸收新闻传播学的最新研究成果，高挹遐揽，取精用宏，供新世纪的高等院校新闻传播院系教学使用的系列教材。

20 世纪初以来的 100 年，是世界新闻传播事业飞速发展的 100 年。这 100 年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、通讯社之后，广播、电视、网络 and 多种新媒体相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，新闻传播事业对世界政治、经济和文化的影响则变得越来越大。

这 100 年，也是中国新闻事业飞速发展的 100 年。其中最近的 30 年，即中国改革开放以来的 30 年，发展得尤为迅猛。据 20 世纪末的统计数字，截至 20 世纪的最后一年，即 1999 年，全国已有公开发行的报纸 2 100 种，通讯社 2 家，广播电台 1 200 座，有线和无线电视台 3 000

多座。其中,报纸年出版总数达到195亿份,广播人口覆盖率达到88.2%,电视人口覆盖率达到89%,电视受众超过9亿人。与此同时,全国各类新闻从业人员的总数也已超过55万人。

进入新世纪以后,中国新闻事业发展的势头更为迅猛。报纸、期刊、通讯社、广播电台、电视台的数量在宏观调控下,虽无大变化,但软硬件的实力,都有了很大的进展。据2008年的最新统计数字,全国报纸的期发数已达1.07亿份,稳居世界第一位。全世界发行量最高的100家报纸中,中国占了25家(大陆24家,台湾1家)。电视受众超过了12亿,覆盖率达到97.1%。宽带网的上网人数超过了2.23亿。手机的拥有量超过了5.39亿,手机短信的发送量超过3500亿条。手机的功能已进入3G时代,由一般的通话,发展到手机短信、手机报和手机电视。与此同时,新闻传播业的产值也大大提高,超过了5440亿元人民币,成为国民经济的第四大主导产业。中国在以上统计数据中的后几项数字,都已稳居世界的前列。

这样大的发展规模,这样快的发展速度,在世界和中国新闻事业史上都是空前的。回顾既往,盱衡未来,新闻传播事业在21世纪还将会保持着旺盛的发展势头。新闻传播,作为上层建筑和意识形态的一个重要组成部分,在全面准确地宣传党的基本理论、基本路线和基本方针以及各项决策,反映人民群众的伟大业绩和精神风貌,以及推动改革开放和社会主义现代化建设等方面,必将继续发挥着重要的作用。

与新闻传播事业的发展相配合,这100年来,为中国的新闻战线培养和输送人才的中国新闻教育,也有了相应的发展。中国的新闻教育起始于20世纪初,迄今有近90年的历史。新中国成立前的30年,虽然先后在个别院校中设立了新闻系或新闻专科,但规模都不大,设备也不够完善,在校学生的人数,最多的时候不超过400人,30年间累计培养出来的毕业生还不到3000人。新中国成立后,为了为新中国的新闻事业培养人才,新闻教育有了新的发展,但到20世纪60年代中期为止,全国的新闻教育机构也还只有14家。当时全国只有343家报社、78座广播电台和13家电视台,革命老区来的新闻工作骨干,正当盛年,足以支撑大局,新闻系和新闻专业的学生统招统分,基本上能够满足中央和省市以上新闻单位梯队建设方面的需要。“文化大革命”爆发后,新闻事业进入低谷,新闻人才的培养也被迫中辍。拨乱反正之后,新闻事业有了飞速的发展,但新闻工作的人才却出现了断层,明显供不应求,因而极大地推动了新闻教育的发展。中国的新闻教育得以重振旗鼓并得到空前迅猛的发展,主要是改革开放以来的这

30年间的事情。这30年来,中国新闻教育和中国新闻事业同步发展。截至1999年,全国设有新闻传播学类院、系、专业的高校已由改革开放之初的两三所增加到60所以上,各种类型和层次的专业教学点已不下600个。新闻专业的教学已从单一的大学本科教育,发展到博士生、硕士生、本科生、大专生、成人教育、函授教育等多层次的格局,个别院系还设置了新闻传播学方向的博士后流动站。改革开放之初,全国在校的新闻系科学生总共只有500来人,现在仅本科生就有6000人,加上大专生和研究生接近10000人。30年间累计向新闻单位输送的毕业生超过30000人。办学层次、办学规模、办学水平都有了很大的提高。进入新世纪以后,随着新闻传播事业的加速发展,和新闻战线人才需求的不断增加,中国的新闻教育还将会有更大幅度的发展。

一般说来,新闻教育质量的高低,起决定作用的,主要是两个因素:一个是师资,一个是教材。两者之间,教材的作用更大。这是因为,师资的多少和良窳,往往受办学主客观条件的限制,而教材一旦完成,就可以直接嘉惠于学子,风行四海,无远弗届。进一步说,一部好的教材,不仅可以满足教学的需要,培养出一大批人才,而且还可以同时拥有一定的学术含量,推动新闻传播学研究的发展。1919年出版的徐宝璜的《新闻学》,1927年出版的戈公振的《中国报学史》,就是这方面很好的例子。两书都是作者在高等学校从事新闻学理论和新闻史教学时作为教材编写出来的,出版之后,立即引起世人的关注和推崇,几十年来一再重版,历久不衰,至今仍然是公认的新闻学理论和新闻史方面的传世之作和经典之作。正因为这样,新闻教育的前辈们,历来十分重视教材的建设。新中国成立初期的十来年,坊间出版的新闻学方面的书籍,绝大部分都是教材。改革开放以后,新闻传播学研究空前繁荣,新闻学方面的书籍大量问世,但教材仍然在其中占了很大的比重。这些教材,覆盖了新闻传播学的方方面面,经过出版家和众多作者们的长期努力,门类和品种基本配套齐全,曾经为同时期的新闻教学做出过重要的贡献。但是,随着时间的推移和新闻工作实际的飞速发展,这些教材的体例日显陈旧,观点和内容也亟待调整和更新。一些属于学科前沿和科技含量较高的新开课程的教材尚付阙如,使现有的教材出现了不少缺口。在新世纪已经到来之际,集聚力量,重新编写出一套体系完整,门类齐全,能够为新世纪的新闻教育和新闻人才培养服务的新闻传播学的系列教材,已经成为人们的共识和新闻业界及新闻教育界的迫切需求。

呈现在读者面前的,就是应这样的需求而产生的一套系列教材,它将涵盖新闻学、传播学两个二级学科的方方面面内容,满足新闻、广播、电视、广告、媒

体经济、多媒体等多个专业的教学需要。负责这些教材编写工作的,是中国人民大学、复旦大学、北京大学、清华大学、中国传媒大学、中国青年政治学院等多所著名院校长期从事新闻传播学方面教学与研究工作的专家学者,其中有相当大的一部分编写者,都是相关学科的国家级的学术带头人,堪称一时之选。收入本系列的教材中,既有国家级的重点教材,也有部级的重点教材,其他的也都是经过严格筛选的精品,所以,它们的质量是有保证的,它们的权威性也将会得到社会的认同。

21 世纪是一个高度信息化的时代,是信息经济和知识经济占主导地位的时代。信息经济和知识经济有两大支柱,一是以高新科技为代表的传播技术产业,二是从事新闻和信息产品生产的媒体产业。新闻传播学作为将这两大领域有机联结的桥梁,在今后的国家建设和社会发展中必将发挥越来越重要的作用。中国人民大学出版社经过精心策划,隆重推出这套系列教材,是具有高度的前瞻性和战略眼光的。在这里,我谨代表编委会和全体作者向中国人民大学出版社表示由衷的感谢。

这部系列教材开始策划于 20 世纪的最后一年,本世纪初起陆续问世,迄今已编写出版了近 50 种。在体例和内容的创新和开拓等方面,远远超过同时期出版的同类教材。其中的有些教材,还根据整个新闻传播理论与实践的发展和新闻传播学教学与研究的发展,陆续作了必要的补充和修订,重新出版,实现了内容的与时俱进。

21 世纪,中国的新闻传播事业和新闻教育事业都将有一个大的发展。这批系列教材的问世,将会为新闻传播事业和新闻教育事业的发展和繁荣、为新世纪新闻传播人才的培养做出其应有的贡献。这是出版者和全体作者共同的一点希望。是为序。

方汉奇

于中国人民大学宜园

2008 年 7 月 20 日

序

P R E F A C E

以 1993 年中国电视新闻的新一轮改革为起点，近 20 年过去，广播电视新闻专业在中国各地高校遍地开花，然而实质上，电视新闻教育在专业教材建设和人才培养模式等方面，创新一直并不明显。在 20 世纪 90 年代初出现一批经典教材之后，大部分此后推出的电视新闻相关教材在内容、结构和视角等方面让不少读者感到似曾相识。

朱羽君老师和我在 1999 年合作推出了《电视采访学》第一版，当时的一个心愿是希望能够把中国传媒大学电视摄制方面的相关理论与中国人民大学新闻学院的新闻理论做有益的结合。这本教材推出后，业界和学界的反应较为正面，该教材也被国内多家院校作为指定教材，也曾多次印刷。作为系列教材的一部分，《电视采访学》获得了全国普通高等学校优秀教材一等奖。出版社曾多次请我们修订这本教材，十年来我一直未能着手修订的主要原因，除了时间精力的局限外，最主要的考量，还是希望能够借助修订之机，在电视新闻领域的教材做出一些创新性的尝试。

《电视采访学》当时处理了电视新闻领域一个多年存在的问题：电视拍摄与电视采访是何关系。整本《电视采访学》的基础，是把电视拍摄作为电视采访的一部分来处理的——也就是用一个更为宏观的“采访”概念，将电视报道的前期工作统合为一个整体来考量，这其中包括了摄像、记者出镜以及镜头外的各种与现场有关的电视采访环节。在《电视采访学》之前，绝大多数相关教材都是将电视摄像作为单独的内容，而这些摄像教学的基本框架，又大多源自电影的教材，甚至例子也都取自虚构电影；同时，电视新闻的教材，大多数的结构又源自平面媒体的教材体系，从术语到视野都缺少电视特色。

《电视采访学》的第一版，通过将电视摄像工作与电视新闻采访工作一体化，实现了部分的电视特色。然而，其中有一个部分，处理起来并不顺畅——电视新闻的拍摄部分，在《电视采访学》当中，保留了一章的内容。但这一章，当时未能充分论述电视新闻的拍摄层面的技能和相关知识。这次借修订《电视采访学》的机会，我将“电视新闻摄制”这一部分的内容进行了独立处理，将所有相关内容抽离出《电视采访学》，结合之前深化“电视采访”概念时而放弃的摄像内容，整合成一本单独的教材《电视新闻摄制》。

《电视新闻摄制》独立出版，看上去有一定的风险——搞不好会回到《电视采访学》所极力改变的电视摄像与电视新闻采访脱离的局面。为此，我在写作《电视新闻摄制》的过程中，制定了两个原则：

一是所有的案例都选择电视纪实类型，完全放弃虚构影视作品的例子。由于相当数量的电视摄像教材所采用的案例和术语都源自电影类教材，因此，要在既有的框架里放弃电影的案例，确实十分困难，有的时候是纪实案例不好找，有的时候会觉得虚构电影的案例更为典型。但为了加强电视拍摄与新闻内容的关联性，这本教材坚守了这一原则。

二是在修订的《电视采访学》和新著的《电视新闻摄制》两本书之间，用更多的统一理念加以贯穿。这一点，主要依靠纪实案例的论证，当两本独立的教材都采用新闻和纪录片等纪实案例加以论述阐释时，它们相互之间的共通性就自然显现了出来。

基于上述努力，我也跟中国人民大学出版社的编辑协商，将《电视采访学》的第二版与《电视新闻摄制》两本书包装成一个整体推出，其主要目的还是增强两本教材之间的逻辑关联，将电视报道的前期工作视为一个整体呈现给读者。

《电视采访学》的修订，主要进行了案例的更新工作。从第一版的1999年到这次修订的2010年，十年间出现了很多优秀的新案例。硕士生于浩在案例搜集

整理方面做了大量工作；同时，《电视新闻摄制》一书作为一个项目，硕士生王焱前后参与了三年左右的时间，为该书的案例搜集和文字整理付出了大量劳动。两本专著型教材的完成，还应感谢硕士生李跃群、史喻、张艳燕等同学的付出。中国人民大学 2007 级广电专业的部分同学参与了该教材的截图工作。此外，感谢李学伟、骆骁两位编辑细致耐心的帮助，没有他们的协助，这两本书不可能顺利付梓。

在十多年的电视专业教学中，我常常感到，与电视纪实相关的教材，在未来相当长的时间之内，还会有很大的需求。这两本教材只是抛出的砖，恳请电视业界和学界的同行们多多指教，共同努力，为中国的电视新闻事业培养更多更好的人才。

雷蔚真

2010 年 6 月于中国人民大学明德新闻楼

目 录

C O N T E N T S

录

1	绪论 电视纪实理论基础
1	第一节 电视纪实的媒介特点
4	第二节 电视纪实的本体特征
10	第三节 电视纪实的功能
21	第四节 实现电视纪实的路径
39	第一章 电视纪实影像的媒介特性
39	第一节 电视屏幕的二维性
58	第二节 屏幕的深度——Z轴及其运动
70	第三节 初级运动及其功能
80	第二章 运动镜头（二级运动）
80	第一节 二级运动的特征与功能
88	第二节 运动镜头的形式
103	第三节 运动镜头的总体拍摄要求
109	第三章 镜头序列变化及规则（三级运动）
109	第一节 三级运动——镜头序列的变化
123	第二节 镜头的匹配与组接

140	第四章 画面视觉元素与构图
141	第一节 视觉元素的基本形态
146	第二节 摄像机位置的安排
158	第三节 影像中的光影色
168	第五章 编辑意识下声画采集的相关问题
169	第一节 同期声
176	第二节 空镜头
182	第三节 镜头前采访的拍摄
189	第四节 纪实影像的分类与拍摄特点

电视纪实理论基础

第一节 电视纪实的媒介特点

一、强势的媒体——电视

今天的人们生活在一个图像化的时代，真正开启这个时代大门的，就是电视。

在电视出现之前，人类已经掌握了绘画的技术、摄影的技术、电影的技术，但这些技术革新都没有真正改变时代的形态，直到电视信号进入千万个普通家庭，成为他们生活的一部分。电视不仅使社会大众能够方便地看到生动的活图像，更为关键的是，电视让大众明白：我们可以不依赖“读”，而采取更加简便直接的“看”来获取信息。

这段历史变革开始于1928年的纽约，短短30分钟的实验广播传达出电视作为大众媒介的先声。在之后的几十年间，电视的技术飞速发展，电视的受众不断增加，如今已经没有人能够否认，电视是地球上对人们生活最有影响的大众媒体。上至总统选举的电视辩论，下到鸡毛蒜皮的民生新闻，电视正以前所未有的强势姿态全面地介入人们的生活。

电视是如何介入一个普通人的生活的呢？他（她）可以通过 24 小时的电视新闻频道在任何时间获取新闻信息，也能够选择各种专业频道了解更为专门的资料；如果感到无聊，满眼的娱乐节目铺天盖地，电视剧频道更是播个不停；甚至是购物，一个又一个的电视购物节目也足以使人目不暇接。对于今天的多数人而言，需要考虑的根本不是“怎么能看电视”，而是“看什么电视”，甚至是“怎么不看电视”。

调查显示，2004 年，欧洲和北美人均日收视时间超过了 200 分钟，全球人均日收视时间超过 180 分钟。这也就意味着，排除掉日常工作和休息的时间，人类有近三分之一的空闲时间在收看电视。仅就亚太地区来看，因为总体上经济发展落后于欧美地区，电视业发展程度也相对较低，但人均日收视时间仍然达到了 153 分钟，超过两个半小时。而中国人均日收视时间更是达到了 174 分钟，十分接近世界平均水平。据此可以认定，即使在经济发展相对落后、电视产业不够发达的地区，电视依然在人们生活中占据了举足轻重的地位。

从经济地位上看，电视同样在媒体领域占据着绝对的首位。仅就我国的情况来看，2005 年，媒体广告总收入为 737.11 亿元人民币，其中电视广告收入为 406.53 亿元人民币，超过报纸、期刊、广播等其他媒体广告收入的总和。在总投入、产值和利润方面，电视也同样处于明显的领先地位。在全球范围内，电视媒体这种经济上的领导地位普遍存在，并且在短期内很难有根本性的改变。

加拿大传播学者麦克卢汉认为：媒介是人们感官的延伸。以上数据足以使人相信，电视无疑是今天人类延伸的感官中最重要、最敏锐的一部分。如果说电视的诞生给当时的人们带来的是技术进步的惊奇，是大开眼界的喜悦，那么，对于今天的人们而言，电视已经成为生活的常态，是获取信息、进行娱乐不可或缺的工具。当电视逐渐融入凡常的生活，成为视觉、听觉一样的东西，电视作为一个机器或者一项技术与人类的隔阂就已经消失了。即是说，电视是人类生活的一部分，人们已经无法想象一个没有电视的世界了。

二、电视纪实的状况

电视成为人们日常生活的一部分，最主要的途径是电视媒介所传输的内容。而本书的主要内容，正是对制作电视内容的重要手段——电视纪实手法的研究与分析。那么，电视纪实在整个电视界居于什么样的地位？电视纪实的现实状况又是怎样的？要解答这些疑问，我们有必要首先对电视纪实的基本状况作一些了解。

（一）电视内容的两个路径：纪实与虚构

对今天电视播出的内容进行区别，人们习惯上将节目二分为“纪实”与“虚构”两条路径，这种二分法实际上延续了自文字时代以来的传统。例如，人们常常把“历史”归入“纪实”的范畴，而“小说”则通常被认为属于“虚构”。当然，电视的传播手段和文字还是存在着极大的不同的，因此，电视的纪实与虚构也自有其

特点。

对于“虚构”的定义，一般人似乎都有相对清晰的概念，但一旦谈论到“纪实”，不同的人脑子里多半会浮现出大相径庭的画面。然而，纪实是一个与虚构相对的概念，如果对纪实的理解存在较大偏差，那么对虚构概念的共识，实际上也不过是镜花水月般的幻觉罢了。

在理论界，“纪实”本身就是电视纪实本体论中最重要也最富争议的问题，然而，在本书后面的论述中，又不免地要频繁使用到“纪实”的概念。因此，为了便于之后使用，还是有必要在本书的开始部分对这个问题进行简要的辨析。

一般而言，可以将纪实概括地划分为广义的纪实和狭义的纪实。广义的纪实包括“记录现实世界本来就要发生的事”和“以现实主义的风格记录现实世界发生的事”，而狭义的纪实则通常只包含前者。

对广义的纪实而言，反映真实世界即可视为纪实，因此，即使对记录对象施加的控制较多，参与程度较高甚至使用了表演，只要符合世界总体上的真，都可以算作纪实。从这个层面上来说，一些现实主义题材或者以写实的手法、风格拍摄的故事片，都被归入了广义的纪实。如此一来，纪实的外延实际上被扩大了。比如，不少媒体将《小武》、《一个都不能少》等影片称为“纪实电影”，但它们却是不折不扣的故事片，此时人们所使用的“纪实”概念，就是广义上的纪实，实质上是指“用现实主义的风格表演现实世界确实‘会’发生的事”。

对于狭义的纪实来说，其所“纪”之“实”本身必须是客观存在的，或是其本身就必然将要发生的，而不能由记录者所构造创生出来。即是说，狭义纪实的内容应该是在记录者不存在的前提下依然确有其事，记录者的工作主要应该是“发现”而不是创造。下面将要谈到的电视纪实，其落脚点偏向狭义纪实的方面。

（二）电视纪实的现实状态

作为当今强势媒体的电视，从它诞生的第一天起，用于娱乐的功能就得到了充分的重视。为了适应其娱乐的需要，电视节目中虚构的手段得到了广泛的应用，并随着时代的前进不断发扬光大。这种状况，无疑是由电视本身的特性所决定的。

与此同时，以电视新闻为代表的纪实类电视节目也一直保持着旺盛的生命力。电视用纪实手段直观快捷地传递着信息，满足了人们获取信息的需要。随着人类步入信息时代，人们对于信息的需求越发强烈，纪实手段在信息传递上的优势也得到了更进一步的发挥。

今天，虚构与纪实手法的杂糅成为后现代电视人文景观的一个主要趋势与特征，以中国的电视业为例，伴随着虚构类节目的蓬勃发展，电视界出现了节目类型同质化的问题。虚构类节目因为使用了大量人为的操纵、控制，因此在形式和内容上都极易模仿，除了强烈的品牌认同度，电视台基本没有别的办法保证此类节目的独创性。为了在市场竞争中形成竞争对手无法轻易复制的核心竞争力，在虚构节目中加

入纪实元素，成为了这些电视台新的选择。

在纪实的电视节目中，主观的设计、操控也越发得到电视从业者和大众的认可，诸如“真实再现”、“重现过去”等虚构表演的手段开始变得常见。可以说，电视纪实也在吸收那些可以帮助纪实实现同时又不对其“纪实性”产生根本性影响的虚构手段，从而开始有别于过去纯粹的纪实概念。

近年来，电视纪实取得了较为明显的发展。以美国有线电视新闻网（CNN）为代表的专业新闻台发展壮大以及“新闻立台”观念的广泛提出，可以被看作电视纪实蓬勃兴起的标志，代表了电视纪实在应用层面的重大进步。CNN自1980年开办以来，一直立足创建有全球影响的新闻频道，并将其遍布全球的优质新闻网络作为自身的核心竞争力，经过十几年的探索发展，一跃成为全球最有影响的新闻媒体之一。同样，在中国，大量电视台也开始实践“新闻立台”的理念，从中央电视台（CCTV）到各省市的地方台都纷纷推出了自己的新闻频道。另一个突出的案例是凤凰卫视，凤凰卫视在创立之初也曾以娱乐类节目作为其主要内容产品，然而，随着电视台的不断发展，影响力日益扩大，仅仅是娱乐已经无法适应凤凰卫视发展的需要。“新闻立台”提出、资讯台开播，这两个事件既标志着凤凰卫视的转型，也使凤凰卫视在定位和品质上成功地上了一个台阶。

总体上看，电视经过不到一百年的发展，无论是纪实手段还是虚构手段的发展潜力，都已经在电视节目中得到了多方面的开掘，但也同时面临着不同的瓶颈。电视纪实之长，在于其传递信息的天然优势。同时，随着纪实与虚构的杂糅进一步发展，在虚构领域的纪实元素也变得越发重要起来。因此，纪实手段无疑是电视工作者需要深入理解和掌握的重要工具，这也正是研究电视纪实手段的现实出发点。

第二节 电视纪实的本体特征

电视纪实基于“电视”的媒介环境。而不同的媒介，因为其本体特征的不同，会产生相异的传播效果。对电视这一特殊介质的深入理解，对于研究和发掘电视纪实的表达潜力，有着至关重要的意义。

从手段上看，电视纪实的工作方式主要是影像素材的拍摄和编辑。然而，贸然的、盲目的拍摄并不能成就优秀的电视纪实作品。对一个电视纪实工作者而言，在进行具体的实践工作之前，有必要对电视纪实这个完整的系统进行更为全面的了解，以避免在实践中陷入过于片面化的“盲人摸象”的窘境，进而能够在整体上把握电视纪实工作，以系统化的思想指导实践。

需要指出的是，在电视近百年的历史中，纪实一直是电视重要的表现领域。然而，电视的纪实特性并不仅仅局限在内容——或者说纪实节目上。电视的纪实特性广泛地表现在电视所能涉及的几乎所有领域，甚至表现在那些明显的非纪实节目当