

媒介经营大视野丛书

Difang
dianshi
chuanmei
fazhan yanjiu

地方电视传媒 发展研究

曹万学◎主编

中国传媒大学出版社

媒介经营大视野丛书

Difang
dianshi
chuanmei
fazhan yanjiu

地方电视传媒 发展研究

曹万学◎主编

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

地方电视传媒发展研究/曹万学主编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2007. 2

ISBN 978-7-81085-867-0

I. 地… II. 曹… III. 电视台—电视工作—研究—中国 IV. G229.27

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 142323 号

地方电视传媒发展研究

主 编: 曹万学

责任编辑: 秋 实

责任印制: 曹 辉

封面设计: 武晓强

出 版 人: 蔡 翔

出版发行: 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址: 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话: 65450532 或 65450528

传真: 010-65779405

网 址: <http://www.cucp.com>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京市梦宇印务有限公司

开 本: 730×988 毫米 1/16

印 张: 13.5

版 次: 2007 年 2 月第 1 版 2007 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81085-867-0/K · 867

定价: 35.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序 言

时值金秋,就像耕耘者满怀喜悦收获果实一样,凝聚着全台职工智慧和心血的首部论文集,在收获的季节,带着浓郁的油墨芳香,终于同大家见面了。这是一件可喜可贺的大事。

孔子曰:“知者不惑,仁者不忧,勇者不惧。”电视传媒业是一个操作性很强的行业,故得多思考一些问题,把经验和总结上升到理论的层次就显得非常重要。我们在工作中不仅需要实践的探索,而且更需要理论的总结。理论总结的过程,也是思想认识、能力水平提升的过程。

岁月不居,天道酬勤。历经十余年风风雨雨,我们台迅速发展。由只开设一个频道,到现在的两个频道;由只有几个自办节目,到现在的二十多个自办节目;由每天只播出十几小时,到现在的二十八小时;新闻节目由每天只有十分钟,到现在的六十五分钟……而且新闻节目由过去只有晚间新闻,发展到现在的既有晚间新闻,又有早间新闻,新闻立台的方针得到了坚定不移的贯彻。多年来,我们在新闻宣传工作中,坚持围绕中心,服务大局,打造强势传播平台,发挥“喉舌”功能,较好地完成了各项宣传工作任务。同时,广告创收年年都有新增长,实现了社会效益和经济效益的双丰收。

恩格斯说过,一个民族要想站在科学的最高峰,就一刻也不能没有理论思维。电视事业的发展同样离不开科学的理论思维。我们不仅要在新闻宣传的实践中锤炼队伍,更需要把对实践的感性认识上升到理性认识,提高队伍的理论素质,培养更多的电视理论人才。基于这种认识,为了及时总结宣传工作经验,深入探索新闻宣传工作规律,台里组织了新闻宣传工作研讨活动。这次活动得到了职工的积极响应,应征论文数量较多,题材广泛,基本达到了论点鲜明、层次清晰、论据充实、内涵丰富、文句流畅、逻辑性强等要求。特别是有些论文视角独特,指导性和可操作性较强,具有一定的前瞻性和较高的学术研究价值。通过这次研讨活动,展示了职工良好的理论修养和精神风貌,达到了锻炼队伍、提高素质的目的。

行到水穷处,坐看云起时。我们干工作也应该有这样的志向和追求。近年来,电视传媒业发展迅猛,竞争日趋激烈,我们面临着巨大的生存与发展压力。面对挑

战,我们必须抓住机遇,加快发展。今后,我们要以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,坚持以科学发展观为统领,以改革创新为动力,以弘扬主旋律为着力点,以求真务实为基本要求,继续实施频道专业化、栏目品牌化、节目精品化战略,积极创建有利于发展的用人机制、管理机制和运营机制。通过深化改革,进一步激活人才和资源两个关键要素,提高节目质量,创造高附加值的媒介产品,实现社会效益和经济效益的统一。以培养一流队伍、创办一流节目、发展一流事业为目标,充分发挥媒体的宣传、引导、激励和动员作用,把宣传工作做得更好,为全市改革、发展、稳定提供强有力的舆论支持和精神动力。

孟庆涛

2006年10月

目 录

创新与发展

- 1 浅谈建立科学的节目质量评审机制 / 王占升 李涛
- 5 浅析电视新闻节目直播 / 王佳
- 9 频道专业化发展探寻 / 王睿 李艳
- 13 电视新闻的侵权规避 / 冯文章
- 17 试论地方台如何提高新闻宣传质量 / 石俊秋
- 20 经济类电视节目发展初探 / 孙小波
- 23 新闻记者如何应对网络冲击 / 史英霞
- 26 浅谈频道策划及品牌意识 / 周源 高云
- 28 建立评估体系 实现效益双赢 / 杨舜铂
- 30 论对待新闻工作的态度 / 苏静
- 33 地方台广播电视栏目生存探索 / 赵学成
- 36 城市台节目重在突出地方文化特色 / 赵静
- 39 浅谈隐性电视新闻采访的法律界限 / 姜海鹏
- 43 电视媒体面临的问题与对策 / 郝大双
- 45 综艺节目制片人刍议 / 焦赠献
- 48 试谈如何打造品牌栏目 / 董贵才

新闻与采访

- 51 浅谈电视记者的新闻敏感 / 上官丽珠
- 54 在新闻采访中要让思维保持“柔性” / 马绍伟
- 56 地方台如何办好民生新闻 / 王敏
- 58 浅谈新闻采访 / 王锦虹
- 61 对长镜头的理解及应用研究 / 丛志斌

- 65** 必须努力掌握好画面语言
——浅谈摄像师素质的培养 / 冯福元 张国辉
- 67** 国企改革报道中存在的问题与对策 / 关丽佳
- 69** 浅谈摄像中的构图要素 / 杜茂勇
- 71** 论电视新闻的画面细节 / 李明秋
- 74** 批评报道中采访技巧的运用 / 李强
- 76** 我们了解老百姓吗?
——浅谈对民生新闻的看法 / 陈东惠
- 78** 新闻节目因具体而生动 / 佟侠永
- 82** 现场,电视新闻的灵魂 / 张晨
- 86** 舆论监督重在关注民生 / 周颖
- 89** 《零距离》——后民生新闻时代的探索与实践 / 夏惠东
- 93** 民生新闻要抓住民心 / 高宝林
- 95** 如何让民生新闻感染观众 / 曾书红
- 98** 让社会新闻故事化 / 商晓明
- 101** 谈电视新闻的现场感 / 魏华威
- 103** 浅析新闻传播中的异化现象——有偿新闻 / 穆峰

专题与述评

- 106** 电视新闻走向成熟的标志——深度报道 / 于双庆
- 109** 试论电视新闻述评的选题原则 / 马艳莉
- 113** 反思电视新闻评论节目 / 王占升 李涛
- 118** 论电视新闻评论的发展 / 王森
- 121** 地方电视台新闻评论栏目生存发展的思考 / 刘水
- 123** 淡化个人情绪是正确进行舆论监督的关键 / 佘宏伟
- 126** 从《焦点访谈》看地方台电视新闻评论的发展 / 吴耀晗
- 130** 试谈电视新闻深度报道 / 张桂英
- 133** 试论电视评论性节目的提问技巧 / 张雨桐
- 136** 栏目定位与感染力、生命力、协调力 / 邵素清
- 139** 浅谈电视新闻选题的创新 / 周源 高云
- 142** 电视新闻评论节目的导入方法 / 杨威
- 144** 浅谈地方台如何做好电视专题片 / 赵娜
- 147** 浅析电视综艺节目的审美价值 / 徐晓伟
- 149** 浅谈发挥舆论监督作用应把握好的几个问题 / 曹士辉

播音与主持

- 151 电视节目主持人角色分析 / 于利利
- 155 谈主持人及主持人节目 / 郑佳蕙
- 158 浅析少儿电视节目主持人的角色化 / 陶金莹

广告与经营

- 160 固定资产的管理应被高度重视 / 沈锦绣
- 164 加强成本核算 推动电视产业化进程 / 李冬梅 谢伟
- 168 浅谈电视广告的审美追求 / 李艳 王睿
- 170 新形势下加强会计核算的必要性 / 连芳
- 174 浅谈地方媒体的品牌化建设与广告经营 / 孟凡娜
- 177 浅谈广告宣传方面的问题 / 张金旭
- 180 浅析拙劣广告的负效应 / 崔岩

技术与管理

- 182 快速查找和排除发射机故障的方法 / 付伟
- 184 电视台硬盘非编制播网络系统分析 / 刘维宁
- 189 试论现代科技对传统传播方式的影响 / 李大志
- 192 发射机影机技术指标的测试 / 杨勇
- 196 非线性编辑系统在电视节目后期制作中的优势 / 赵雪丹
- 199 浅析硬盘播出系统的原理、发展及其应用 / 郭秋娜
- 203 数字电视与硬盘播出系统 / 韩春明

- 207 后记

浅谈建立科学的节目质量评审机制

王占升 李涛

中国电视业自上个世纪 80 年代初崭露头角以来,因其迅速快捷、生动形象等特点和优势,越来越受到广大电视观众的喜爱,电视媒体的影响力居各大媒体之首,它已成为当今受众最广、影响最大的文化载体。然而,面对央视和省级卫视异彩纷呈的电视节目,地方台如何奉献给观众更加富有特色、质量上成的电视节目,这不得不让地方台电视工作者重新审视自己的自办节目,不能不把提高节目质量摆到重要的议事日程。笔者认为,建立科学的节目质量评审机制,是提高节目质量的有效途径。

一、电视节目质量评审的概念

什么是质量:1. 物体中所含物质的量。2. 产品或工作的优劣程度。

什么是评审:1. 评就是比。2. 审则是详细周密审慎。

质量评审,就是详细地比较产品的优劣程度。电视节目质量评审从狭义上看,就是根据电视节目制作标准,详细、审慎地比较其产品的优劣程度。从广义上看,电视收视率也就是受众对节目的喜爱程度及节目对社会的影响程度。

电视节目质量,直接反映的是电视台的综合素质和整体形象,关系到电视台的社会效益和经济效益。

电视节目质量评审的基本表述应该是:对地方台所有自办节目,从定位→前期采访→后期二次创作→后期合成的质量的优劣,进行较为科学的、全方位的、多侧面的综合评价与审慎的考评,进而提高城市台的节目质量。

机制,泛指一个复杂的工作系统,原指机器的制造和工作原理。对电视行业而言,就是对自办的电视节目,用一定标准来衡量其质量的全过程。

恩格斯曾说过,一个民族要想站在科学的最高峰,就一刻也不能没有理论思维。^① 理论的升华依赖于丰富的实践,而实践的过程则是理论指导的过程。

① 《马克思恩格斯选集》(第三卷),人民出版社,1972年5月版,第467页。

建立科学的节目质量评审机制,就是在理论上对自办节目根据节目制作的标准衡量节目的质量,使其实现社会效益的最佳化,营造用科学的理论指导实践的氛围。

二、节目质量评审机制的构成

节目质量评审是一项科学化、规范化、经常化的工作,它坚持鼓励创新、创优、提高节目(栏目)质量、公平公正、优劳多得的原则,通过周评、月评、季评,使节目从采访→制作→播出各个环节进入科学、规范、优质的轨道。其基本要素为评审机构、评审范围、奖项设定、奖励办法、评审办法及流程。

(一)评审机构

1. 节目质量评审委员会。节目质量评审委员会是评审工作的领导机构。台主管领导任主任,频道中心领导为成员,评审委员会对节目评审工作实行全面领导,制定评审原则、范围、标准、奖励办法。

2. 频道、中心评审小组。负责本频道、中心周评及周评后节目上报台评审委员会的工作。其成员由频道、中心提名,报台审批,固定成员不少于5人,评审时要临时抽签选用编辑记者2人参与评审,评审时,要以台制定的节目评审基本标准为依据。

3. 节目质量评审办公室。节目质量评审办公室设在总编室。是节目质量评审委员会的办事机构,主要负责节目质量评审的相关基础工作和协调工作,组织研究和解决节目质量评审中出现的具体问题。

(二)评审范围

评审范围包括全台所有自办的资讯类、专题类、综艺类节目。

(三)奖项设定

评审分优秀节目和单项节目奖两类。单项奖包括最佳策划、最佳编辑、最佳摄像、最佳解说词、最佳选题、最佳主持人、最佳配音等奖项。

(四)评审办法及流程

评审分为周评、月评、季评和年终评定。评委按作品质量评定出A、B、C三个等级。

周评:由各频道、中心在每周播出的节目中评审,推荐好的作品。

月评:月评优秀节目主要考核节目的质量内涵和创新性。月评优秀节目及单项奖时,参评作品为频道、中心周评的好作品。

季评:在月评时获得5A的作品,有资格参加季评。节目的单项不参与季评。季评优秀节目重在节目的创新性。

年终评定:在季评中获6A的作品,有资格参与年终优秀节目评比。年终评比获7A的作品,推荐参加省、市优秀节目评比。

不定期抽查:台评审委员会不定期抽查各频道、中心的节目,对其进行评审。评定数量不少于栏目播出总量的 1/2,然后按等级不同,分别评定不同的节目制作奖。

(五)奖励办法

根据作品在评审中所获得的 A 级数量,按资讯类、专题类、综艺类分别给予奖励。

重奖在中央台、省台新闻联播中播出的作品。对获国家级和省级政府奖项的,台内按规定分别给予奖励。

(六)评审基本标准

节目评审实行“一项否决”和“分项扣分或加分”的办法。

“一项否决”的标准,即节目内容失实的;节目内容与栏目定位不符的;舆论导向错误的;市主要领导或观众提出强烈批评的等几个方面,有其中一项的,实行一项否决。

分项扣分或加分的标准,即从节目主题、选题、内容、取材、表现手法、文字、画面、整体和谐、主持人、音响及字幕十个方面进行扣分和加分。

对受到市主要领导表扬(或有批示)的节目,在坚持评审标准的基础上相应加分。在偏远山区或环境恶劣的情况下采访后制作的节目,在坚持评审标准的基础上相应加分。

三、节目评审机制应产生的效应

以鼓励创新、创优,提高节目质量为宗旨,以客观、公正、公平为原则,以优劳多得,按档发放节目制作费为激励机制的节目质量评审机制的建立,是地方电视台与时俱进的有效举措,是地方电视台节目制作从粗放型到细化型管理迈出的坚实一步。笔者认为节目评审机制的建立应产生以下效应:

(一)精益求精效应

提高节目质量首先是精益求精。就葫芦岛电视台整个节目的制作来看,无论节目的定位、创意,还是前期采访、后期编辑,都已上升到一定的层面。但个别节目还有不尽如人意的地方。开展节目质量评审,采编人员可根据评审标准,逐项进行比较,对号入座,按制作流程去操作,使节目更规范,更加精益求精。节目评审从管理来看是细化管理,细化管理的结果应该是在原有的基础上更上一层楼。就资讯类、专题类、综艺类评审来讲,选题要精、主题提炼要精、画面构图要精、文字语言要精……电视这一综合艺术,每一环节都离不开精,只有精益求精才能出精品。

(二)创新效应

评审首先要以坚持鼓励创新、创优,提高节目质量为原则。在评审办法及流程中明确规定,季评优秀节目只考虑其创新性,节目没有创新不能得奖,这无疑会促

使采编人员在栏目(节目)创新方面要有新的突破。电视节目产品可以说是电视媒体生存的根本要素。李岚所著《中国电视产业评估体系与方法》一书中,对节目(栏目)评估指标体系中的节目满意度指标是这样写的:“节目满意度指标反映了观众对电视节目的评价,节目满意度调查是针对观众收看电视节目时的态度进行的……节目有所创新,是争夺受众眼球的关键,也是衡量自办节目有无发展空间的关键,这是电视工作者必须清醒认识到的。”

(三)激励效应

电视节目质量评审是一种激励机制,节目评审对全台参评的节目进行打分和排序。节目按得分划分 A、B、C 三档,获 A 数多者则居首位,在达到规定 A 数的前提下,获 A 数越多所得奖金越多,这不仅直接影响到每个人的劳动报酬,而且间接地反映了每个人的工作业绩和业务水平。所以评审机制对提升全台人员素质、激发员工创作热情、调动全台人员积极性、发挥每个人的潜能,是一种最佳的激励机制。它产生的激励效应,应该说是巨大的。

综上所述,地方台建立科学的节目质量评审机制是十分必要的。但在目前节目评审没有固定模式和成功经验的前提下,进行节目质量评审无疑是提升质量管理水平的有益尝试,其机制应在实践过程中不断完善。评审的过程,就是节目质量不断完善的过程,完善的过程就是节目不断提高质量的过程。

浅析电视新闻节目直播

王 佳

电视作为一种独具优势的传媒,肩负着传承文明、传播知识、传递信息等重要使命,尤其是它在传递新闻方面所具有的长处是其他传媒所不具备的。作为电视的第一使命,各家电视台都相应地把办好新闻节目作为重头戏,并采取相应的措施增加电视新闻量、改变播出方式。例如,中央电视台改变过去早、中、晚间播出新闻的形式,每天增加整点新闻。许多新闻栏目相互配合,组成了一个庞大的新闻传播网。这些改革极大地丰富了荧屏,同时也极大地满足了观众对新闻的需求。然而,随着信息时代的到来,人们对新闻的心理需求已经由“及时”转变为“即时”,这样,直播——这种最能体现“即时”特性的节目形态就被逐渐地从文艺节目、体育节目中移植过来,并发展成为最能体现电视特色和优势、最受广大观众关注和喜爱的一种新闻播报形式。

一、对电视新闻节目直播的理解

电视新闻节目直播,是指对一个新闻事件的发生、发展过程,进行电视信号的同步传输,而这种同步传输是通过现场设置的设备对一个或多个现场实况的一种记录。应该说,“即时”是电视新闻节目直播的鲜明特征。比如,对一年一度的人大、政协两会“新闻发布会的现场直播”,会议开始,直播窗口打开,会议结束,窗口关闭。简单地说,电视新闻直播就是对现场的新闻事件,除了必要的镜头切换外,不加任何“包装”地传送给观众的报道。

二、“即时”与电视的特性

同样一个新闻事件,相对于不同的传播渠道与方式,其传播速度与时效是不一样的。一个事件,过后可能才被搬上银幕,更长久的时间后才可能成为文学、戏剧、绘画的主题,而电视则可能通过“即时”的采访、“即时”的传播把观众带进正在发生的事件之中,这也正是电视这一媒体的特殊性。

中央电视台对1997年香港回归进行的72小时特别报道中,与事件同步的直播内容占1/4。与现场氛围同在,与现场时间同步。在一段时间内,现场不停顿,体现了对观众收看的最大尊重。直播还使观众期望未知,期望偶发。同时,现场多视角的机位,提供了现场都不能达到的观看方式。

如果说“即时”是电视观众的心理需求,那么是电视的特性使“即时”变为可能,并在此基础上使观众“即时”获取的新闻信息变得更生动灵活、丰富多彩。也就是说,是电视的特性使观众在“即时”的基础上获得了更高层次的满足。

三、“即时”与全方位、立体化的信息结构

电视新闻简而言之就是电视媒体传达的新闻信息。就目前而言,每当一个重大事件发生后,人们需要“即时”地了解事件的发生与发展。然而,人们对事件的关注和兴趣已经不仅仅局限于事件本身的变动,全方位地了解与事件相关的各个层面则是人们普遍的心理需求。也就是说,人们需要接收到一种动态化、秩序化、集约化的信息进程,而电视新闻直播节目完全可以满足人们的这种心理需求。毫无疑问,“即时”传播即新闻直播,是一种符合观众需求的传播方式,但其关键要素则是“即时”传播过程中的信息组合,经过认真策划的新闻节目可以使直播过程中的信息进程流畅而生动丰富。所以说,全方位、立体化信息结构的建立是“即时”传播成败的关键。

(一)全方位的信息组合

对直播事件的历史背景和未来走向了解越多,现场直播就会搞得越有条理、越自信,信息的组合也会更合理。

(二)各环节的周密配合

新闻直播的各个环节是一个有机的整体,某一环节的些微缺憾,都将带来现场直播无法弥补的遗憾。建立全方位、立体化的信息结构,其信息来源有两个渠道:其一,来自新闻现场;其二,来自于事先的策划准备。只有二者相互弥补,才能相得益彰。

四、“即时”与软硬件配合

电视直播是一项规模宏大的系统工程。为了播出安全,直播必须衔接紧密,为此,各种工作人员不能有丝毫的松懈,任何操作都必须十分及时,这对技术设备和人员都有着极其严格的要求。

(一)技术保障是基本条件

传播技术的发展,将会带来新的节目样式。近两年来,电视新闻直播出现了许多新的技术和新的形式,应及时了解和掌握,并运用到实践中。

(二)主持人是重要因素

只有导播、摄像、资料搜集、撰稿、技术、后勤、车辆保障、供电、保卫等各方面人员的严谨配合,才会有直播的圆满实现。其中,主持人是电视直播节目成败的关键因素之一,因为主持人始终居于播出状态的中心位置。节目整个方案的实施和全体人员的努力,在很大程度上是通过出镜的主持人来体现的。主持人表现的出色与否,直接关系到电视直播能否成功。

五、新闻直播节目中应注意的问题

新闻直播采用先进的技术手段把事件发生的过程“即时”地传输到千家万户,使观众能够以“第一人称”的身份参与到整个事件中。这种直播以观众的收视需求为出发点,抛弃了以往“填鸭式”的方式,显得灵活多变。但是在目前的新闻直播节目中还存在着一些需要解决的问题。

一是过分地追求形式,想达到某种目的,或造成某种声势,但不注重内容深刻与否。多表现在对会议、运动会等的新闻报道上。

二是过分地追求新闻的纪实效果,缺乏风格的变化,使观众容易产生疲倦感。主要表现在对会议过程的报道和某些追踪报道等方面。

三是直播的吸引力与观众期望有一定距离。主要体现在内容不深刻,新闻性不强、节目流于形式、主持人语言不丰富、定位不准确、缺乏表达沟通意识、新闻的直播色彩淡化等方面。多表现在对重大新闻事件和具有历史意义的活动的报道上。

四是现场工作人员对现场把握能力不强,现场配合的失误导致直播节目出现偏差和漏洞。

六、做好新闻直播节目需要把握的几个关键问题

新闻直播节目要在技术保障的前提下,通过新闻工作者参与事件过程,利用智慧和新闻敏感意识,捕捉到新闻现场的闪光点。因此电视工作者必须有充分的思想准备,才能搞好新闻直播节目。

第一,全面把握现场,注重营造氛围。直播现场的氛围是编导、工作人员对整个新闻事件全面的把握和艺术处理的结果。直播并不单单意味着全程记录、没有主次。如果不加强现场氛围的营造,直播出来的节目就会索然无味,缺乏丰富的感染力。这种现场氛围的营造,主要体现在现场同期声艺术剪切处理的运用上。

第二,敏锐洞察事件,捕捉热点、焦点。新闻节目直播不同于其他节目直播,必须反映热点、焦点的出现和解决,并以此吸引和满足观众。

第三,节目深刻感人,风格特征鲜明。为了使整个直播风格与观众欣赏水平和

谐一致,形成共鸣,主持人在新闻直播中必须牢牢把握事件进程。尤其是在叙述、总结评论新闻事件上,更应该具有客观性、公正性。而记者则应对新闻发生进程中出现的群众关心的问题采访报道,侧重于现场气氛的营造和问题深刻性的挖掘。

第四,在突出直播主题的基础上灵活采用多种形式。新闻直播的主题永远是新闻事件,即重点表现新闻事件的发展过程,但灵活地采用直播方式则能更加丰富其内涵和意义。

直播在新闻状态上是一个进步,它表现了一个国家的文明程度。直播可以更真实地反映事件的发展,它不仅告诉你结果,还可以告诉你过程。它能最大限度地调动各种元素,在一个纪实状态下把事情的方方面面表现出来。作为反映新闻原本精神的一种表现形式,直播是一种时代的进步。它必将随着时代的发展、技术手段的进步,并在电视工作者的共同努力下,走向成熟与完善,因为“即时”了解新闻信息是观众永远的需求。

频道专业化发展探寻

王睿 李艳

一、我国电视频道专业化的现状与问题

先从“千台一面”谈起。上个世纪 80 年代以来,我国有线电视网络迅速发展,频道资源得到了极大丰富,全国各地的电视观众告别了只能收看两三个台节目的时代,收看电视有了更多的选择,因而,也对节目质量提出了更高的要求。在这种形势下,各电视台为吸引观众眼球,纷纷推出了特定主题的电视频道,如中央电视台经济频道、体育频道,北京电视台生活频道,湖南经视的都市频道以及长沙电视台的女性频道等,这些频道的出现标志着频道专业化浪潮蓬勃兴起,中国电视在某种程度上进入了细分受众的更高发展阶段。

然而,实践的发展却让人们看到了纷纷打着专业旗号的频道长期以来在内容上的乏善可陈。千篇一律的电视剧,形式雷同的体育、娱乐新闻以及专业频道变“小综合”的例子屡见不鲜。除央视几个频道外,大多数地方台的专业频道都面临着生存空间日益缩小、内部自相残杀、广告份额缩水等问题。不少媒体纷纷放弃原有的定位风格,重新回到了向现实妥协的道路上。用央视副总编辑孙玉胜的话来说,“这是一种悲剧,也是一种必然”。在市场经济中,一切经营行为必须以市场法则来衡量。毕竟,生存才是第一要义,理想主义有时注定是要付出代价的。

再来分析一下这种现象背后的本质——现实生存的压力。随着我国电视产业化进程的加快,电视台由原来的事业性单位变成了现在的企业化运作的准市场主体,电视台的生存不能再靠行政性的拨款,而必须另起炉灶,通过广告收入维持日常的运转。随着商品经济的迅速发展,企业与消费者的双向需求推动了广告业的快速发展,越来越多的企业选择了电视这种传播迅速、效果明显的媒体。对于广告商而言,频道的收视率当然是他们最关心的,而对于电视台来说,在节目本身的价值作为销售载体尚不够成熟的环境下,通过迎合大众提高收视率,进而追求更大的广告份额就成为主要的赢利模式。“没有商人为了高尚的目的生产面包”,市场的激烈竞争,提醒我们在考察频道专业化问题的时候,必须从投入产出这个最基本的