

电视媒介研究

叶家铮 编著

北京广播学院出版社

电视媒介研究

叶家铮 编著

北京广播学院出版社

(京)新登字 148 号

DM 40/14

电视媒介研究

叶家铮 编著

北京广播学院出版社出版发行

北京市朝阳区定福庄南里 7 号

(邮编: 100024 电话: 65779405 或 65779140)

中国科学院印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

开本: 850×1168mm 1/32 印张: 13 字数: 316 千字

1997 年 4 月第 1 版 1997 年 4 月第 1 次印刷

印数: 1—3000 册

ISBN 7-81004-727-2/G·373

定价: 23.00 元

内容提要

为了反映我国近 20 年来关于电视媒介研究的实际成绩，为了促进当前国内电视宣传改革的实践，本书围绕电视媒介特性，传播内容的信息量，传播符号的运用，屏上人际交流和主持人艺术，节目栏目化与电视宣传艺术等重要课题，选编了我院历届校友和在校师生自 80 年代以来发表的有关研究文章 30 篇，并收电视界人士论文 6 篇，共 36 篇。

这批文章从不同角度不同层面上，纪录了作者对于电视媒介所作的理论探索与思考，其中所阐述的真知灼见对于广大电视工作者进一步确立媒介意识，把握电视传播特点与规律将有所裨益。这批文章都注重理论与实际的结合，对于电视宣传实践也具有较高的应用价值。

遍布全国电视界的我院校友，曾发表过大量电视理论研究成果，本书所收录的仅仅是很少的一部分。从某个意义上说，这批文章也可算是改革开放以来我院新闻学、传播学基础理论教学以及作者在实践中刻苦磨砺所结出的理性之果。祝愿他们在今后创造出更丰硕的理论研究成果！

本书编者关于我国近 20 年电视媒介研究概况的论述以及对文章的评介，本着“述中有作”的精神，结合相关题旨所阐述的电视媒介观念及其应用的思路，也颇有新见，可供电视工作者和大专院校相关专业的学子研读参考。

前 言

为了反映近 20 年来国内关于电视媒介微观研究的历程和轨迹，现将散见各种电视理论、业务刊物的优秀论文分类辑录如下。限于篇幅，本书选编的重点是：一、我院电视系及文科各系历届校友和部分教师所撰的有关文章 30 篇（并收校外电视界人士论文 6 篇）；二、集中选编以国内新闻、社教类节目为研究对象的文章。专门研究外国电视媒介的论文，以电视纪录片、电视剧和电视文艺的主要研究对象的文章从略。

本书辑录的多数文章，笔者过去已经拜读过，曾留下深刻的印象。在这次选编过程中，对于各位作者在不同时期发表的理论见解，颇有“旧友重逢”之感，也是一次难得的再学习的机会。借选编之际，就我国近 20 年对电视媒介微观研究的脉络及有关课题的思考，作些阐述，为读者朋友提供一己之见，见仁或是见智，在所难免，权当引玉之砖。

目 录

前言	(1)
绪论	(1)
一 我国近 20 年电视传播媒介研究历程	(1)
二 关于电视媒介若干研究课题的概述与思考	(13)
(一) 电视媒介特性	(13)
(二) 电视传播的信息量	(16)
(三) 电视传播符号	(19)
(四) 电视传播中的人际交流与主持人艺术	(22)
(五) 电视传播的版面: 节目栏目化	(26)
(六) 电视宣传方式和宣传艺术	(30)

第一单元 关于电视媒介特性

评 介	(37)
叶家铮《电视特性与电视新闻作品的主要特征》	(41)
任 远《论电视传播的特性》	(46)
崔学东《按照电视的特点和规律办好电视新闻》	(56)
胡妙德《电视特性新探》	(62)
谢越青《试论电视记者在新闻现场的 镜前传播行为特性》	(75)
包郁盛《取人际传播之长, 补大众传播之短》	(83)
杨 君《电视技术发展 with 电视传播观念的变革》	(89)
胡劲草《INTERNET 和大众传媒》	(107)

第二单元 关于传播内容的信息量 与传播符号的运用

评 介	(113)
袁正明《语义信息量琐谈》	(118)
于 宏《画面·信息量·观众——从信息量 看电视片创作趋势》	(140)
黄世永《电视传播的信息冗余》	(147)
朱羽君《屏幕上的革命——在舟山“电视声画关系” 研讨会上的发言》	(152)
袁正明《电视新闻七题》	(159)
林宿建《符号与电视传播》	(175)
钟大年《电视片解说的功能及形式》	(189)
韩国强《让新闻人物在电视屏幕上开口讲话——加强 深度报道的重要形式》	(201)
吴 郁《主持人即兴口语特点探讨》	(205)
王甫 王秀云《人体语言与电视主持人》	(215)
刘林军《歧异的时空结构——论电子特技画面及其在 纪实节目中的运用》	(221)

第三单元 关于电视传播形式与宣传艺术

评 介	(237)
中央电视台新闻评论部《把握生活主流 遵循电视规律增强传播效果》	(242)
赵 微《论电视深度报道》	(260)
叶家铮《论节目主持人在电视传播中的 意义与功效》	(264)
叶 子《新闻节目主持人的个性与权威》	(272)

刘振勋《改进主持人的出镜采访, 发挥 人际交流的优势》	(276)
梁晓涛《电视节目版面编排的走向》	(283)
宫兆波《关于纪实与传播的几点理论思考》	(294)
刘 春《纪实主义: 电视纪录片的现代潮流》	(312)
黄世永《论电视新闻进一步发挥电视传播优势》	(315)

第四单元 关于受众调查与受众研究

评 介	(327)
丁俊杰《现代受众调查在我国的兴起》	(330)
朱光烈《电视: 正在迈上新的舞台》	(345)
高扶小《收视率研究与电视的改革》	(357)
李殿云《收视率波动的相关因素分析》	(366)
高 鑫《受众审美心理定势的突破与重建》	(376)
郭镇之 宋小卫《视听者权益散论》	(381)
陆 晔《论双向交流与电视传受双方的角色定位》	(391)
吴兴文《提高观众参与节目质量的途径》	(398)

绪 论

一、我国近 20 年电视传播媒介研究历程

二

近 20 年来,我国的电视传播事业,以其迅猛的势头和惊人的速度持续发展。1978 年我国电视机拥有量为 51.73 万台,无线电视台 32 家,而 1996 年底,全国拥有电视机 2.8 亿台,电视台增至 982 家,人口覆盖面积高达 84.5%,电视观众逾 10 亿人,堪称宇内之最。当今电视传播,在我国经济、政治、文化、教育、科技以及社会生活各个领域之中,越来越显现出巨大的影响力。对于社会主义物质文明和精神文明的建设起着积极的推动作用。

展现在当今我国屏幕上的节目,无论其内容还是形式,较之 20 年、甚至 10 年前真是“不可同日而语”。中央和各省级电视台的节目已呈现出导向正确、佳作迭出、丰富多彩、为广大观众所喜闻乐见的大好局面:以全国和各省级电视台的《新闻联播》为龙头的要闻总汇、动态新闻和专栏新闻,不断充实其信息含量,增强时效,成为同报纸、广播竞争的强劲对手;以焦点、热点的“透视”、“评论”和“话题”这类栏目为代表的深度报道和新闻评述性节目,日益显示出电视介入现实生活的深度和力度,直接担负着正确引导舆论的使命;具有较为丰富社会历史内涵的

系列纪录片，弘扬主旋律，提倡多样化的电视剧，创作势头一直旺盛，其中不乏标志着电视文化高品位的精品；电视特色鲜明、雅俗共赏的综艺栏目和晚会节目为广大观众所共赏。各类社会教育、对象性、服务性栏目正朝纵深处开拓其贴近生活、贴近观众的潜能；党中央提出建立社会主义市场经济体制以来，各类直接服务于经济建设、服务于百姓经济生活的栏目可谓异军突起。伴随着众多名牌栏目的成长，一批栏目主持人作为媒介的公众形象，正在闪烁着迥异于歌星、影星的独特光彩。就在 10 亿国内观众共睹上述屏幕新景观的同时，我国各家电视台已有 10 多个频道上卫星，其信号已经覆盖 80 多个国家和地区。成为“中国走向世界，世界了解中国”的“空中通道”。

我国电视出现这样可喜局面，有其历史的必然性。这是因为：第一，1978 年以来改革开放、社会主义建设持续健康发展的大好形势，为电视事业发展提供了十分有利的社会大环境；第二，在邓小平建设有中国特色的社会主义理论指引下，在中央的直接关怀和扶持下，广电部和各级厅台领导，在坚持社会主义电视工作的性质宗旨，在把握宣传方针加强宣传管理，在制定执行有关法规制度等各个方面，实行正确有效的媒介控制，使得我国电视传播事业和电视宣传沿着健康的轨道运行；第三，我国的电视工作队伍，不论在数量还是质量上都得到迅速加强和提高。这支队伍中的骨干，以其高度的社会责任感和敬业精神，锐意改革，不断进取，努力创作一批又一批“精品”，完成党和人民托付的使命。

随着电视功能的拓展与人口覆盖面积的逐年扩大，我国电视传播的社会地位迅速提升，理所当然地引起全社会上上下下、方方面面的深切关注。与此同时，各个学科从各自的视角研究电视传播内容、形式、优势、局限、功能、效果一直到出镜记者、主持人语言、形象的大批论文应运而生。自 80 年代中期以来，国

内研究者撰写的有关电视新闻学、电视文化学、电视美学、电视艺术学、电视剧学、电视社会学、电视经济学的专著也陆续问世。

电视是一个正在“扬独家之优势、汇天下之精华”的庞然大物。作为后起的大众传媒，在其成长过程中，贪婪地吮吸着各种新闻传媒、各个艺术品种、各个文化门类的养分，丰富自己，不断创造出许许多多独具个性的新闻性、知识性、教育性、文艺性、娱乐性和服务性的节目，夜以继日地向社会传播。与此同时，电视在同相关领域的渗透、融合过程中，所孕育出来的上述边缘交叉学科，尽管尚未臻于成熟，却是历史的必然。而电视自身的发展，也有待诸多边缘交叉学科的撞击、滋润和规范，才能更快地走向成熟。

这里我们不能不谈到电视媒介的性质。任何社会制度下的电视事业都具有两重属性。一是社会属性，即为控制电视机构的政党、集团的政治、经济利益服务的传播性质、宗旨；二是自然属性，指媒介自身固有的特性、优势、局限以及由此衍生出的不同于其他媒介的传播方式、表达方式。自然属性依托于媒介物质手段及其运动的形式，是不依人的意志为转移的客观存在。

诚然，“媒介是受传播者操纵的。但它却不是完全被动的。一旦进入传播过程，就有自身的内在规律和特性”^①，控制使用电视媒介的机构和从业人员要实现各自的传播宗旨和意图，首先必须充分认识、尊重媒介的自然属性，因势利导，自觉地利用客观规律，才能发挥人的能动作用，收到最佳的传播效果。

所以，在诸多角度的理论研究之中，我以为对电视媒介特性（自然属性）的研究则属于最基础、最直接的本体研究。任何学科对电视的交叉研究，都必须尊重电视媒介自身固有的特性以及

^① 《传播学》沙莲香主编，中国人民大学出版社出版，第148页。

运用特性所进行的传播实践，否则就成为“无源之水，无本之木”。电视界内各个层次各个环节的管理者和从业人员，也首先必须了解自己手中“工具”的特点和性能。工欲善其事，必先识其器。深入透彻地研究电视媒介，对于确立符合科学的电视媒介意识，是业中人士必备的、最基本的业务素养之一。当然这一素养必须在具备了较高的政治素养、文化素养、道德素养的前提下，才能在业务工作中得到发挥和体现。

1978年以来，在党的“解放思想、实事求是”思想路线指引下，在改革开放、建设有中国特色社会主义大好形势的激励之下，我国广大电视工作者立志改革，努力创造电视工作的新局面。近20年间，在探索办好社会主义电视的奋斗历程中，丰富的实践为媒介的研究提供了丰沃的土壤；实践中的困惑和实践的飞跃也呼唤着理论的指导。

电视是大众传播家族中的一员，对电视媒介的研究已成为大众传媒研究的一个分支。因此，借鉴、参照大众传播学和传播学的学理，来研究电视媒介，并且把它作为主要的理论切入点，也是顺理成章的。

关于大众传播研究的对象，传学先驱拉斯威尔提出的五项分析——控制分析、内容分析、媒介分析、对象分析和效果分析以及后人提出的新的传播模式及其新的要素，都应列入。概括来说，大众传播学就是以研究传播活动的全过程及其效果为其中心任务。

媒介分析，即媒介研究，按传统的大众传播学可分为宏观和微观两个范畴。微观研究主要研究各种传媒自身的特性、优势；如何影响受众；不同的传播内容怎样选择不同的媒介，为有效传播提供理论依据。而宏观研究，则在微观研究的基础之上，把传媒放在广阔的社会历史文化背景之下，考察媒介的演变历史及其发展趋势，媒介在人类社会发展过程中的作用，等等。照我的理

解,微观研究具体说来,应该是从媒介的工具本性(物质手段)入手,研究其特点、优势和局限,传播符号如何表达传播内容,如何扬长避短,探求最具电视“个性”的传播方式和表达方式。运用符合媒介本性的传播艺术适应受众需要,同时影响受众。从而实现传播机构的传播目的。这种表述比起西方对电视传媒的研究,显然大为“简化”。但并不违背“研究传播过程和效果”这个主旨。从我国现阶段的应用需要和研究条件来说,是符合国情的。在电视应用理论研究领域中,不必全盘照搬西方的传播研究框架。所以,不妨实事求是地说,我们可以运用大众传播学和传学中某些学理(只要它符合科学,属于规律性的认识),为“我”所用——用于有利于社会主义电视事业的健康发展。这似乎也可算是我国传学界所倡导的传学研究“本土化”的一个方面,也更便于体现理论同实践紧密结合的原则。

二

回溯我国近20年来对电视媒介的研究,从我们搜集到的文章论著资料来看,上述的微观研究占据主流地位。以电视台资深从业人员和中青年的业务骨干和各新闻院校、广播电视院校教研人员为主体的研究队伍,以马克思主义、毛泽东思想为指导对于电视媒介的研究,大致经历如下三个阶段:

第一阶段——1979年到1983年:起步阶段。

1978年7月,上海复旦大学开风气之先,在该校新闻系出版的内部刊物《外国新闻事业资料》第1期开始刊登了郑北渭教授的《美国资产阶级新闻学:公众传播》文章以后,中国人民大学新闻系出版的《国际新闻界》、《新闻学论集》,复旦大学出版的《新闻大学》、《北京广播学院学报》以及新华社的内部业务刊物,陆续刊登西方、前苏联和东欧国家有关大众传播学研究情况的译文和知识性介绍文章。1980年复旦大学新闻系率先开设了

以讲座形式介绍传播学的选修课。经过这一阶段的“引进”，传播学、大众传播学逐渐在大陆新闻界学术界中得以传播。

也就在这样背景之下，研究电视媒介的文章也开始引进了传播学的观念。出人意料的一个情况是，这一阶段，电视界、电影界、戏剧界和文艺理论界的不少同志都瞩目于刚刚兴起的电视剧。中国电视剧制作中心将1983年以前发表于国内有关报刊上的谈论电视剧的文章及译文汇编成册，共有132篇之多，在这股电视剧“研究热”之中，出现了几篇运用大众传播媒介比较的观念审视电视剧特性的论文。从电视同电影、戏剧在制作、创作手段、传播方式、欣赏方式几个方面的异同比较之中，论证了电视剧应尊重电视媒介的特性，扬长避短，探索自身的成长之路。《电视剧的诸因素》（王维超）、《关于电视剧的“电影化”和“广播化”》（蔡骧）、《试论电视剧与故事影片的异同》（叶家铨）、《有差别就有特性》（黄维钧）、《电视剧的主要特征》（任远）等，都体现出这种理论思路，在电视剧理论研究中注入电视媒介和受众的意识。这些文章对于创作制作人员开阔思路，摆脱单纯模仿姐妹艺术的误区，是有所裨益的。这场为时3年的电视剧艺术特点的讨论之所以能吸引那么多艺术界人士参加，同当时电视剧生产陡然兴旺有着直接关系。1980年，我国播出的电视剧为108部，比1979年的19部翻了好几番，而1981年、1982年呈现持续增长势头。面对这样朝气蓬勃的“新生儿”，从艺术学、美学，包括传播学等多种视点来考察，正好说明了实践呼唤理论。电视剧自身所显露出不同于电影、戏剧的特色正有待于从电视媒介特性及其传播过程的特殊方式予以探讨。

在这期间，除了电视剧以外，关于电视新闻等其他各类节目的论述，关于电视传媒知识介绍性文章偶尔也散见于新闻院校的专业刊物，经常撰稿的作者为数不多，其中最勤于笔耕的要数我国第一代电视人裴玉章同志。但从总的情况看没有形成像电视剧

研究那样的局面。究其原因，一是当时电视新闻、社教节目由于种种主客观因素，还没引起社会各界的关注；二是广播电视系统内还没办起一份公开出版的电视业务理论刊物。在这种情况下，电视界内人士在酝酿并着手宣传改革的同时，也在认真思考，勇敢地突破被“文革”禁锢的思维空间，探求电视媒介自身的特点和规律，在电视界业务交流会、协作会上和私下切磋之中，都能听到闪烁探索之光的真知灼见。

第二阶段——1983年到1989年：兴盛阶段。

进入1983年，当时国内30多家省市以上的电视台基本上都完成了用电子采集、编辑设备系统代替电影制作设备系统的过渡，先进的电子设备从技术、技巧和表达方式上为节目改革提供了物质手段，在覆盖全国的中央台屏幕上陆续播出了70年代不曾见过的具有电视媒介特色的优秀节目。各地电视工作者也在采、编、播工作中进行各方面的尝试。实践中的创新与突破，促使电视工作者媒介观念的嬗变，也为1983年以后电视持续高速发展形势下的理论研究作了准备。

正在其时，第十一次全国广播电视会议于1983年4月召开了。吴冷西部长在会上所作《立志改革，发挥优势，努力开创广播电视新局面》报告中明确指出：“广播电视是最强大的现代化宣传工具，我们要充分发挥这个现代化工具的优势。”“搞好广播电视宣传必须坚持自己走路的方针，扬独家之优势，汇天下之精华，我们既不能单纯依赖报纸和通讯社，也不能照搬他们的宣传方式和表达手法。我们的广播电视文艺要创造新的形式，简单模仿电影和舞台艺术的形式也是不行的。甚至教育节目的内容与形式，我们也要适应自己的特点，不能照搬课堂教育的一套办法。我们要认真学习和借鉴其它新闻单位和艺术、教育部门的经验和长处，但必须有我们自己的特色，自己的形式和方法，发挥自己的优势和特长，这是我们的职责。”

在全国性、全系统的工作会议上，由部领导郑重提出正确认识并使用媒介、运用媒介的特点、优势来改革宣传方式，实现宣传目的。从某个意义上说同传播学中关于媒介选择、注重效果等务实观念是共通的。在尊重媒介自身的客观本性（即自然属性）这一层次上，不同社会体制的传播机构都会“殊途同归”。应当说，这次会议，在贯彻党中央指示，总结经验，确定改革广播电视工作方针大计的同时，对于广大电视工作者业务观念的更新，推动宣传改革和理论研究，都产生着直接而深远的意义。

在这次会议以后，各级电视台进一步确立了新闻节目的骨干和主体地位，其后出现了现场报道、连续报道、系列报道和电视评述性节目形态，其他各类节目也在努力发挥电视优势，先后出现了《北京首届中学生智力竞赛》、《春节联欢晚会》、《话说长江》、《让历史告诉未来》等一大批很有电视特色的优秀节目。“电视节目栏目化”的实施、节目主持人的出现以及大型体育活动、新闻事件的现场直播等，都从各个方位上展现电视媒介、电视传播的特色和魅力。

随着宣传改革的活跃和深入，电视界的理论研究工作也逐步出现思路活跃、探求规律、密切联系实际和广泛参与的局面。

有别于 80 年代初期的是，这阶段电视理论研究在围绕电视工作各个主要环节和各主要节目门类展开多方位研究态势之中，其重点也从电视剧转移到电视新闻上来了。1985 年 11 月由广电部地方宣传局主持召开了历史上第一次全国性的电视新闻理论讨论会，可谓盛况空前。80 位来自全国各地的电视工作者和有关院校研究机构人员，提供了 82 篇论文（其中有 20 多篇是出自 7 位省市级电视台领导和新闻部主任之手）。大多数论文是以电视新闻特点、信息量、表达方式和宣传艺术为研究对象，结合当时电视新闻工作的经验和问题，探讨在新闻宣传领域中如何扬长避短，更好地发挥电视媒介作用，更好地当好党和人民的喉舌。这

次研讨会的《论文选集》共收入 34 篇优秀论文，可以说是改革开放以来到 1985 年前电视新闻理论研究成果的第一次公开展示。

这一阶段对电视媒介研究的另一个特点是得益于国内正在展开的受众调查工作。全国性的、地域性和专题性的电视观众抽样调查，所获得的大量确凿而又新颖的统计数据、有关资料也给理论研究工作提供了一个扎实可靠的支点。这些来自受众的信息反馈，在传者与受众之间，传播方式与收视效果之间架起一座座交流沟通的桥梁，进而激励电视从业人员和研究人员的事业心、责任心，成为加强研究的一种驱动力。

在这阶段研究活动中，不少电视界的领导和资深的电视工作者带头参与，身体力行，撰文著书。对于业内人士提高认识、培养理论兴趣、营造研究氛围都起到了很好作用。

当时中央台的领导杨伟光同志、洪民生同志在 80 年代中期都发表过一批很有分量的理论文章（如《谈谈电视特点》、《摆脱广播、报纸、电影影响，办好电视新闻》和《信息、文化、审美》、《屏幕意识·文化意识·观众意识》等等）。这批论文都是以电视媒介本体的特性为逻辑起点，在尊重客观规律的基础上，探讨如何能动地利用规律，领导电视宣传工作，完成党和人民赋予电视工作者的使命。在全国各地方厅、台中，还有更多的领导同志也很重视理论研究，发表过不少优秀论著，其中辽宁厅的吴少琦同志和广东厅的方亢同志，可称为南北两地的代表。他们都是党的老一辈新闻工作者，从身在领导岗位到离休之后都孜孜不倦地执着于电视理论研究，不断攀登新的高度，成果累累。他们的专著和论文在当地和全国的电视界同行中，都产生了积极的影响。在领导同志的带动下，一批敬业的、立志有所作为的电视业务骨干，在繁忙的工作之余，写出许多理论文章。以中央台为例，1988 年出版的《中央电视台 30 年》就是台内数十位同志理论研究成果的汇编。