

揭示电视幕后操作秘闻
剖析电视十大焦点难题

解密中国电视

CTV

张锦力 著

CTV

Unravel the Secrets
of Chinese TV

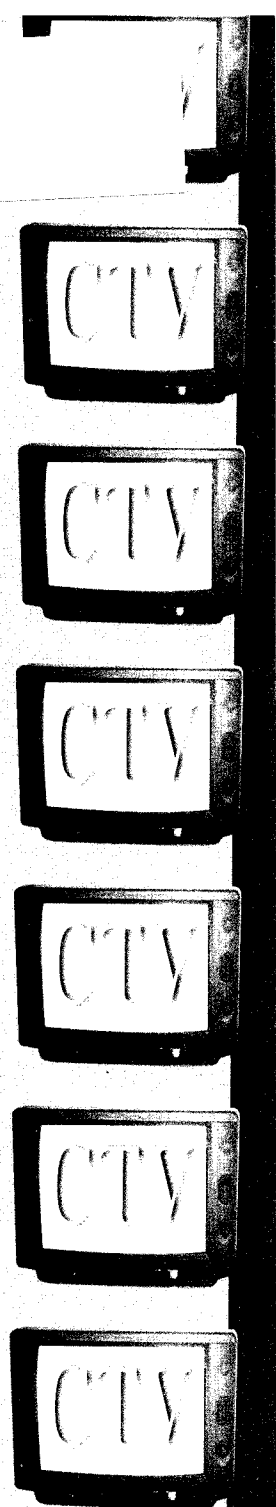
中国城市出版社

解密中国电视

Unravel the Secrets
of Chinese TV

张镛力 著

中国城市出版社



图书在版编目(CIP)数据

DAI 33/18

解密中国电视/张锦力著. —北京:中国城市出版社,1999. 4
ISBN 7-5074-1110-9

I. 解… II. 张… III. 电视节目-研究-中国 IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 06588 号

特别企划 彭鸿斌 蒲树林 匡雁鹏

特约编辑 王俊 袁胜军 廖家波 赵少钦

责任编辑 孙建庆

美术编辑 康笑宇

责任设计编辑 王质麒

出版发行 中国城市出版社

地址 北京市朝阳区和平里西街 21 号 邮编 100013

电话 64235833 64281366 传真 64238264

经销 新华书店

印刷 北京市友谊印刷经营公司

字数 225 千字 印张 10

开本 850×1168(毫米) 1/32

印次 1999 年 4 月第 1 版 1999 年 6 月第 2 次印刷

印数 20001—25000 册 定价 19.80 元

· 版权所有,翻印必究 ·

如有质量问题,本社负责退换。

序

人们曾说“汽车是改变世界的机器”。我想现在大家都会承认“电视是改变生活的怪物”。

我估计,《解密中国电视》这本书,会有较多的读者。因为如今电视已经成为“第一传媒”,与其他样式的传媒相比,拥有最大数量的观众,这些观众由于关心电视,而必然关心电视的“解密”,想更多地了解“屏幕后面的事情”。

我估计,《解密中国电视》这本书,还会引起电视界以至新闻界人士的较多的讨论。因为这本书抓住了当前有关电视的十大问题,坦率地、有针对性地发表了自己的看法。这些看法不会都是已经有了定论的。也许正是由于这一点,本书才有它的独特的价值。不管现在电视的影响有多大,但它总还是一个新兴的传播媒介,在我国,更是遇到了实行改革开放、实行由计划经济向市场经济转轨的时期,遇到了世界多极化和经济全球化的大背景,我国电视更存在着如何适应这一新的形势的问题。所以,在坚持正确政治方向的前提下,大家就电视业务各抒己见,彼此交流,互相讨论,是大有裨益的事

情。

就个人来言，我主张不把这本书看成是一部“理论性著作”，而更多地看成是一部“评论性著作”。这本书的可贵之处在于它的敏锐、锋利、明快，紧紧地结合实际，有自己的独立见解，而且这些见解是建立在自己比较丰富的实践基础之上的，并不靠概念的演绎和凭空的推断。当然，作为一部探索性作品，其中也难免会有概念和逻辑上不够严密、不够准确之处。

作为一本书的序言，没有必要对全书作什么全面的评价，这应是读者看过此书之后自己要做的事情。我倒有兴趣对作者本人再说上几句。

张锦力同志自称是我的“学生”。现在，但凡比较谦虚的人，或对对方比较尊重的人，往往都自称“学生”。他其实并不是我严格意义上的那种学生。他大学毕业后分配到我当时所在的《人民日报》经济部工作，算是一度的“下级”吧。一些同事并无恶意地说我对他过于偏爱，对这种议论其实无需作什么“较真的”解释。对于他的思维敏捷、勤于思考、勇于提问、敢于创新的优点，我确实是“欣赏”的。同他谈话，即使你不完全同意他的观点，也常常使你觉得有些新的领域、新的问题值得深入地去研究。年长的人和年轻的人谈话，往往有特殊的收获。对他的缺点——我所认为的缺点，也总是直言不讳地甚至是过于简单化地提出，有时可能显得粗暴。但他的好处是能够透过不恰当的形式理解我的本意，并

不记恨我，总是说“我会做给你看的”，所以友情还总是在增长。

说实在的，作为一个年轻的“报人”，当了四年电视的“票友”，不仅和其他同志一起策划了几个打得响的电视栏目，有了一些“小名气”，而且还写出这样一本书，应该说是难能可贵的。

青年人都追求成功，但成功的前提是满足社会需求。社会需求林林总总，究竟在哪里获得成功，往往是自己难以预料的。别人更难以为他们设计得很恰当。但有一条，任何成功都是积极努力的结果，都是大胆创新的结果。他人和社会也应该按照“不拘一格降人才”的规律，扶植和帮助更多的人才成长。

最后：我想以大朋友的身份，说一声：“继续走好，锦力！”



自序

春风吹过故园，在广褒的大地上播撒着希望。

看着即将付印的书稿，胸中涌起希望的同时，一种莫名的感慨和心酸也在刹那间油然而生。

写这本书的目的何在？不同的人曾提出过相同的问题。在他们看来，写书出书，历经曲折，所图非名即利。的确，在这红尘滚滚、功利滔滔的时代，又有几人能抛开名利的束缚呢？每当夜深人静喧嚣尽去、点起一支烟独坐窗前的时候，我总在问自己，为什么要写这本书？为什么要写一本关于电视的书？

今天，我们正迎来一个电视的时代。在汹涌澎湃的主流文明中，电视占据着一个非常独特和富有魅力的角色。从北国到南疆，从城市到农村，到处都在谈论着足球比赛，到处都在欣赏着音乐电视，到处都在议论着电视上流行的歌星，到处都在谈论着某某连续剧。想想看，没有了电视，这个世界将是多么寂寞。

难怪有人说：如果忽视电视在社会中所起的作用，就无法谈论 20 世纪的发展。

然而，对电视的统治地位，也有人感到忧虑。他们

认为：电视让这个世界变得疯狂起来。

不管我们愿不愿意，不管我们怀着多么复杂的感情，不管我们抗拒还是拥护，电视已经让我们无法回避。今天，几乎没有人再怀疑电视能给他带来欢乐，带来知识，也没有人会怀疑电视是他生活中不可或缺的一部分。

不断增多的电视频道和电视栏目，网捕着任何一片僻地和宁静，把人们一批批抛上文化的驿站，进入文化的交融杂汇。世界越来越小，也越来越近。世界成了一个按键钮就招之即来挥之即去的东西，成了几十个频道间跳来跳去的景观。电视的传播使我们每天都成了世界的前排观众，时时直面地球的每一个角落。

电视承载和积淀着人们的经验和思考，维系着人们的思维和情感，流动着人们的悲伤和欢乐。它向人们诉说着最隐秘和最动情的心事，最欢乐和最幸福的体验，最聪明和最荒唐的见解。似此，你又如何能与它分离？

一个人的精神生活可以由多种因素组成：书本、音乐、体育、电视……一个民族的精神文化也可以由多种因素组成：历史、习俗、语言……我们接受了过于复杂和零乱的世界地图，我们的肉体分泌出彼此相违的性欲。当不同的年龄、肤色、性别、种族都体现着差异性时，当一切地貌、器具、习俗、制度、观念都体现着对异质文化的抗拒时，唯有电视的声音可以跨过国境，穿

越不同的肤色、发色、脸型和鼻子，让全人类用彼此相同的心灵去倾听。

此时此刻，电视从文明的深处延伸而来，成了不同民族共同的指纹，共同的遗产。此时此刻，电视守护着人类文化的多样性，也承载着人类文化的共同性，使人们得以在差异中融合，在交汇中同行。

没有了电视，我们的生活便不会这么灿烂；没有了电视，我们的视野便不会这么宽广。我们无法想象，没有了电视，我们的世界会是个什么样子？我们又该如何度过一个个漫漫长夜？一代又一代人又该如何去成长？我们的孩子又该如何去面对外面的世界？

作为这个时代最重要的文化现象之一，电视已经进入千家万户，并深刻影响着现实生活，电视在人们的价值观形成方面，在开启人类的心智文化方面，起着重要的作用。

然而，如何发挥电视传播信息的综合优势？如何看待电视收视所出现的前所未有的宏大文化景观？如何认识电视纪实功能中所探求到的对人和生活的贴近？如何把握电视与其它媒介载体之间的联系及区别？如何估价电视广告的社会影响？如何使电视节目在社会价值、审美价值、商业价值之间求得平衡与发展？

如果我们不善于调动全部的心智去操作、控制、创造电视，如果我们不能把握电视的技术本性、社会功能与艺术特质，电视又如何能得到充分健康正确的发

展？

不可否认，这几年的确有很多电视人缺乏必要的素质，许多电视节目质量低劣。“近朱者赤，近墨者黑”，在耳濡目染的背后，电视会给一代人尤其是我们的孩子带来什么样的影响呢？这样的电视又将对一个民族文化起到怎样的传承作用呢？

此时此刻，电视理论的探索就变得尤其重要！对电视人来说，这是一种使命，更是一种责任！毫无疑问，拓荒和探索之路将会漫长而艰难。

其实，当初干电视干得正火的时候，我又何曾想过要写一本书？这个念头的最初萌动还是缘于与北京电视台一位非常优秀开明的副台长的一次闲聊。当时他谈到，“现在的电视人都很浮躁，没人愿做理论工作，这是不太正常的。俗话说：旁观者清。你作为报人介入电视取得了成功，你有经验，又有才华，不妨试着写本书，给中国电视把把脉，提提意见。”所谓“把脉”实在是太抬举我了，但写本书并做点理论工作的建议却深深地打动了

了我。

无疑，写书的工作清苦而劳累。但我相信，繁华喧嚣的背后，并非所有的灵魂都已漂浮在潮起潮落的股市，并非所有的眼睛都已迷失在金钱堆垒的迷宫，并非所有的真情都已沉没在炎凉世态的谷底。淡泊名利执着追求的过程又何尝不是一件人生乐事！

我并非好为人师，只是多年以来积累了一些经验，

有过一些感受，有感于目前电视理论风气淡薄，斗胆抛砖引玉，与大家共同切磋，唯愿能为中国电视事业的发展略尽绵力。

路漫漫其修远兮，吾将上下而求索！

是为序。

目 录

序	艾 丰 [1]
自序	[4]

第一章 《东方时空》、《焦点访谈》的电视 导向对吗？ [1]

有人说：中国电视改革 90 年代最具有划时代意义的成果，就是诞生了《东方时空》和《焦点访谈》。有《东方时空》撑腰，平民百姓扬眉吐气；有《焦点访谈》威慑，腐败分子闻风丧胆。《焦点访谈》成了老百姓心目中的清官，《东方时空》成了电视人学习的楷模。

然而，作者却说《东方时空》与《焦点访谈》的电视导向偏了。为什么？

- 一、《东方时空》、《焦点访谈》的导向偏了 [1]
- 二、这几年，中国电视改革都做了些什么 [3]
- 三、电视的本质是什么 [10]
- 四、电视的最大优势是什么 [12]

- 五、曝光和纪实是新闻传播吗 [16]
- 六、纪实热、曝光热干扰电视新闻的改革 [20]
- 七、中国电视改革的主流取向是什么 [31]
- 八、电视人新闻意识在觉醒 [35]

第二章 跟进《快乐大本营》，是死是活？ [37]

在国内娱乐节目日渐滑坡、萎靡不振之时，湖南卫视的《快乐大本营》再次刮起娱乐旋风，各地电视台迅速跟进模仿。一时间，娱乐节目充斥荧屏。

对于这股方兴未艾的娱乐热，作者却断言：《快乐大本营》的绝大多数跟进模仿者将半途夭折！

- 一、一道最亮丽的风景线 [37]
- 二、《快乐大本营》为何火爆 [39]
- 三、对《快乐大本营》的质疑 [42]
- 四、为什么要提倡大众化、通俗化 [46]
- 五、提倡大众化并不是降低节目质量标准 [52]
- 六、通俗化不是庸俗化 [55]
- 七、骨子不改，一切枉然 [59]

第三章 电视宣传是难有作为，还是大有作为？ [64]

在任何国家，宣传都无时不在，无处不在。当今中国的电视宣传尤为重要。但许多电视记者对电视宣传大感头痛，为什么？

如何完善经济宣传? 如何完善会议宣传? 如何完善英雄模范宣传? 如何搞好政策法规宣传? 如何搞好领导人宣传? 如何利用评论搞宣传?

- 一、“消解宣传”成为新闻界的一种新思潮 [64]
- 二、宣传存在的必然性与合理性 [66]
- 三、正确理解和认识宣传的概念和功能 [68]
- 四、“消解宣传”带来的人格分裂及其危害 [72]
- 五、如何改进宣传工作 [77]

第四章 电视观众的十五大需求与七大空白点 [94]

今天, 观众为什么变得越来越难伺候?

今天, 编导们为什么煞费苦心, 往往还是剃头挑子一头热?

今天, 观众对电视媒体的最大需求在哪里? 最大空白点又在哪儿?

今天, 电视编导怎样才能摸准观众的脉搏?

- 一、今天的观众怎么了 [94]
- 二、观众变了, 重视观众的方式却没有变 [96]
- 三、该如何了解观众的需求 [99]
- 四、观众对电视的需求特点与规律 [108]
- 五、当今电视观众的主流需求和空白点 [116]

第五章 电视节目都是怎样策划出台的? [124]

在电视界，策划已是炙手可热，策划流行、策划走俏成为 90 年代中后期中国电视的一道新景观。

那么，目前的电视策划能算是真正意义上的策划吗？它有哪些误区？目前的电视节目又是怎样出台的？怎样才能策划出成功的电视节目？

- 一、电视策划为何走红 [124]
- 二、目前电视策划的误区 [127]
- 三、如何在变化中把握观众需求的脉搏 [132]
- 四、如何超越竞争对手 [138]
- 五、科学策划时代已来临 [152]

第六章 中国合格的电视节目主持人有几个？

[155]

荧屏充斥主持人，靓女争当主持人，主持人大潮喧嚣泛起。少男少女用他们热辣辣的目光，企业家用他们大量的广告投入，老百姓用他们茶余饭后的品头论足，表达了他们对电视节目主持人的羡慕与崇拜。然而，日趋庞大的主持人队伍，其中到底有多少可以称得上是真正的主持人？又有多少主持人可以说是合格的？

- 一、主持人大潮涌动 [155]
- 二、谁是电视节目主持人 [158]
- 三、谁是合格的电视节目主持人 [161]
- 四、观众为什么讨厌主持人 [167]
- 五、主持人为什么会常常找不着北 [171]

六、靓女为什么争当主持人	[174]
七、如何培养优秀主持人	[179]
八、主持人必须掌握的基本功	[182]
附 对目前优秀节目主持人的调查和评价	

第七章 中国电视人的十三大弊病 [190]

杂志攻讦电视人找不着北，报纸讥讽电视人修养欠火候，老百姓报怨电视人太没水准，就连电视人自己也自惭形秽，自觉底气不足。中国电视人究竟有哪些弊病？又是什么因素阻碍了电视人素质的提高？

一、不研究竞争对手	[191]
二、缺乏创新意识	[194]
三、采访拍摄前准备不足	[197]
四、提问水平低下	[199]
五、缺乏现场捕捉新闻的能力	[202]
六、写作水平不高	[204]
七、编辑水平不高	[206]
八、不爱思考	[207]
九、不学习，不积累，缺乏底蕴	[209]
十、耐性不足	[211]
十一、缺乏激情	[213]
十二、骄傲自大	[215]
十三、没有危机感	[217]

第八章 电视使命感异化的危害有哪些？ [220]

没有责任感，电视人怎能为民做主，匡扶正义？

没有使命感，电视人又怎能不畏艰险，严惩腐败？

《东方时空》、《焦点访谈》之所以成功，就在于这两个栏目组里聚集了一批内心充满责任感和使命感的电视人。

但是，责任感、使命感走过了头，用过了劲，发生了异化，就会有很大危害，甚至对社会也有极大的破坏作用。

一、中国新闻电视的“双子星座” [220]

二、责任感和使命感是电视生命力之所在 [230]

三、警惕使命感的异化 [232]

四、如何防止使命感的异化 [237]

第九章 中国电视机制的六大泥潭 [242]

电视人的诸多弱点源于机制，电视界的各种问题源于机制。机制决定着整个电视界的发展与进步，而中国电视机制却陷入了数个泥潭。

问一声电视人，谁来引导中国电视界走出泥潭？

一、根本问题在机制 [242]

二、垄断仍是目前电视的最基本形态 [243]

三、电视用人机制改革的利与弊 [245]

四、电视选拔机制的误区 [256]

五、电视分工机制的误区 [259]