



中国传媒大学
培训学院
School of Executive Education
and Professional Training
Communication University of China

传媒培训系列丛书（第一辑）

传媒业务素养提升读本

董关鹏 邹细林 ○ 主 编
郅颖波 张新越 ○ 副主编

中国广播影视出版社



中国传媒大学
培训学院
School of Executive Education
and Professional Training
Communication University of China

传媒培训系列丛书（第一辑）

传媒业务素养提升读本

董关鹏 邹细林 ○ 主 编

郅颖波 张新越 ○ 副主编



中国广播影视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

传媒业务素养提升读本 / 董关鹏, 邹细林主编. —
北京: 中国广播影视出版社, 2018. 4
(传媒培训系列丛书. 第一辑)
ISBN 978-7-5043-8057-9

I. ①传… II. ①董… ②邹… III. ①传播媒介—新闻工作—基本知识 IV. ①G21

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 307741 号

传媒业务素养提升读本

董关鹏 邹细林 主编

责任编辑 王 佳
装帧设计 文人雅士
责任校对 谭 霞

出版发行 中国广播影视出版社
电 话 010-86093580 010-86093583
社 址 北京市西城区真武庙二条 9 号
邮 编 100045
网 址 www.crtpt.com.cn
微 博 <http://weibo.com/crtpt>
电子信箱 crtpt8@sina.com

经 销 全国各地新华书店
印 刷 河北鑫兆源印刷有限公司

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16
字 数 255(千)字
印 张 17
版 次 2018 年 4 月第 1 版 2018 年 4 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-8057-9
定 价 40.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

序

由十七名专家学者撰写，中国传媒大学继续教育学部培训学院和中国广播影视出版社联合出版的传媒培训系列丛书（第一辑）《传媒业务素养提升读本》，在2018新年里与读者见面了。

在传媒变迁如此迅速的今天，“书系”基于传媒课堂培训理论框架，融通传媒发展趋势与经验总结汇集而来。以书会友，以书传道，更好地服务社会、服务传媒、服务传媒人实属一件有深远意义的事情。

习近平总书记强调随着形势发展新闻舆论工作必须在创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态等方面适应分众化、差异化传播趋势，创新、融合，构建现代传播体系。中国传媒大学作为党和国家新闻传播人才培养的重要基地和摇篮，始终把为党和人民培养优秀的传媒人才作为首要任务，始终把传播中国声音、讲好中国故事作为传媒院校的责任和使命，始终把加快一流大学和一流学科建设，实现高等教育内涵式发展作为高校发展根本。在人工智能、互联网技术飞速发展的媒体融合时代，中国传媒大学作为传媒高等学府，可用八个字概括和期许：“中国特色，世界一流”——中国传媒大学要形成具有中国特色，达到世界一流标准的传媒教育体系。这一教育体系最为核心环节是要培养“顶天立地”的传媒人才。“顶天”即传媒教育的使命和任务要服务对接国家社会的发展大势和需要；“立地”则要求教育培养了解中国国情、根植中国大地、情系中国民生的优秀传媒人才。

学院在发展过程中，凭借学校龙头学科优势，集合校内外优质师资力量，更加稳步自信地与社会前沿接轨，搭建学校与社会互通的桥梁。学院

强调科研、教育与生产各项资源协同发展,以科研促人才培养,以人才培养促社会服务,随着中国传媒事业的发展,学院不断拓展创新培训项目,重视品牌核心内容的提升、梳理和总结。

学院“书系”出版工作希望能为高校及业内教师搭建教学理论的实践平台,并将教学成果集结成册,为我校“双一流”学科建设提供路径探索,并服务更多的媒体从业者及社会需求。基于以上考虑,传媒培训系列丛书(第一辑)——《传媒业务素养提升读本》应运而生。书中十七名作者来自传媒高校教育者、传媒业界知名人士,且均具有一定的资深的教学经验。凭借理论联系实际工作的基础以及课堂教学、大量的传媒从业经验,为培训系列传媒课程搭建了学科框架,也因此建立了本书的整体框架。本书的意义在于,书中所讲述的都是传媒亲历者通过不断的媒体一线磨练,将其经验中精华部分并给予理论带到课堂中来传授,又将核心部分整理出版。这种循环反哺的过程,让学习者学习时津津乐道,不厌其烦。

本书作为中国传媒大学传媒综合相关培训教学教材,适用于传媒教育、媒体行业等相关行业实践工作者。本书板块定为前沿理论、纪录片实践、叙事表达、采访报道及编辑评论。前沿理论部分包括融合媒体环境下的媒体创新发展对策;纪录片实践围绕伦理批评、心理机制、传播效果、发展创新等方面进行;叙事表达板块围绕电视访谈、镜头表达展开;采访报道板块结合新媒体与传统媒体报道传播;编辑评论板块通过文字编辑方法进行。总体来看,本书特点基于实践应用,具有可操作性和应用性,希望能够给教育培训相关工作带来一定的指导意义。

培训学院以此次丛书第一辑——《传媒业务素养提升读本》出版工作为契机,后续将不断扩充、丰富、完善传媒培训丛书系列。

此为起始,是为序。

董关鹏

中国传媒大学教授、博士生导师
继续教育学部学部长、培训学院院长、
媒介与公共事务研究院院长

2018年1月

目 录

前沿理论

电视节目的选题策划与价值选择	李再军	2
论新闻与文学之界限	方毅华	35
我国科普影视发展的融媒之路	陈晓夏	47
电视娱乐节目的创新思维	游 洁	59

纪录片实践

纪录片创作伦理批评		
——柴静《穹顶之下》样本解读	邹细林	76
调动观看欲望和“好奇心”的心理机制		
——纪录片叙事心理浅析	宋素丽	88
电视纪录片传播效果提升路径研究	孙 杰	106
新媒体传播环境下微纪录片发展特征研究	史哲宇	116
从《历史的拐点》看历史人文纪录片宏大叙事的创新	韩 岳	125

叙事表达

媒介融合背景下跨媒介叙事创新路径	邹颖波	134
------------------	-----	-----

九问如何做好叙述型电视访谈节目	江逐浪	152
镜头思维与设计	田毅	174
采访报道		
突发事件中媒体微博微信报道策略	周敏	190
现场报道经典案例赏析	颜莹	214
如何在会议新闻中抓取独家报道	李新民	228
编辑评论		
新闻编辑实践中处理矛盾关系的方法论	王灿发 侯欣洁	246



前沿理论

电视节目的选题策划与价值选择

李再军

【内容提要】

目前，多数的电视编导在做节目的时候，所依据的都是一种经验性的东西，这里所指的多数至少是在 90% 以上或者更多。从近处说，这是由电视媒体的管理体制和机制所造成的一种先天不足，从中期来看，这是我们的教育体制当然包括传媒教育所形成的恶果，从长期来说，这和我们的传统文化观念也有很大的关系，即和长期以来在小农经济生产方式上所形成的农业文明有关，重经验，轻创新，甚至阻碍和压制创新。所以，我们的电视从业人员很难独立创作出十分优秀的电视节目，现有的所谓“现象级”节目大都是舶来品，是购进的“模式”，即买来的，或者是偷来的，几乎没有一部是独立创新的节目。如何解决这些问题？通过培训能解决什么问题？正本清源，重新认识 and 了解电视节目的本质和功能；了解电视节目作为一种文化产品的发生学原理；通晓和掌握电视节目的基本创作规律和基本制作模式；从思想、观念和认知上作一个清理，清理那些长期以来所秉承的似乎已成定规的文化垃圾。

该课程内容自中国传媒大学培训学院 2011 年成立起开讲，并在国内数十家广播电视台和高校新闻传播学院讲授，至今已经 6 年。本文稿是在 32000 字课件基础上的一种缩写。

【关键词】

文化本质 案例分析

一、电视节目的文化本质及其特征

首先，我们必须弄明白的是电视节目是一种文化产品，这是任何人都没有异议的，但是文化是分层级的，这一点却不是任何人都能了解的，所以许多电视节目被批评浅薄、没有文化，甚至电视从业人员也被嗤笑为没有文化的人，这些年来电视圈遭到的种种批评已经证实了这一点。文化是个比较复杂的概念，它有许多种繁纷、复杂的定义，在此不论。但文化是分层级的，却是被大家所公认的。

（一）一般把文化分为四个层级：器物（技艺）文化；制度文化；意识形态文化；文化的核心——价值观

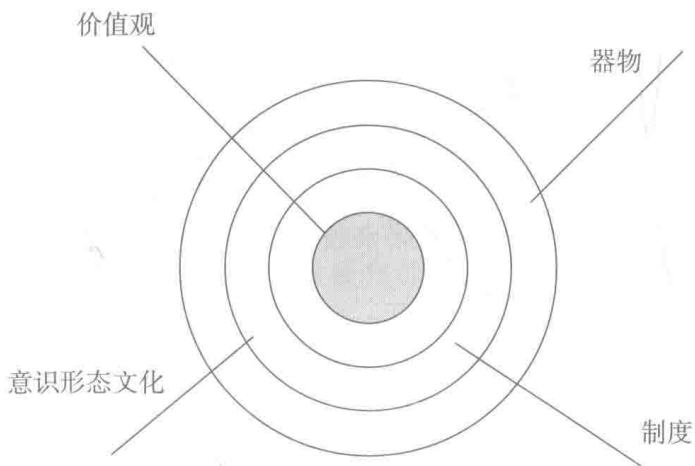


图1 文化的层次结构图

（二）电视节目既然是一种文化产品，而文化的核心是价值观，毫无疑问一个电视节目的核心或者说内核是节目所蕴涵的“价值观”

由于中国文化的含蓄性和表达的委婉性，所以在具体的文化产品里价

价值观和价值取向的表达会出现其独有的特征，我们的老祖先把它称为“春秋笔法，微言大义”，即“表面上不说，实际上存在”，需要你去领会，去挖掘，去解读……

从信息传播的角度看，这是由于信息传播的安全性和策略性所决定的，即信息的发送方依据安全的需要对信息进行“编码”，而信息的接收方则需要对信息进行“解码”。我把这种现象通俗地总结为电视节目的核心内容是——“干什么不吆喝什么”。

案例：中国传媒大学 MBA 学院咖啡厅里的一则广告：——“一切与咖啡无关”

(1) 在 17 世纪的英国，咖啡馆被称作“便士大学”。

(2) 波士顿的“伦敦咖啡屋”创办了美国历史上第一份报纸“国内外公共事件报”（1690 年，本杰明·哈里斯）。

(3) 咖啡馆作为法国的文化标志之一，见证了整个社会的繁荣与动荡。

卖咖啡的不说咖啡却大谈文化，很好地说明了咖啡和文化之间的关系。

这种表达手法上的“含蓄性”与“间接性”的另一个特点是，编导自己是不会在节目中直接表达电视节目的核心价值的，他只是借助节目中的人和事然后再通过节目的编辑效果来表达：我把它称作是——“借你口中言，说我心中事”。

（三）媒介的真实是一种“建构”的真实——一种文化意义上的“建构”

在这方面，我们传统哲学教科书给我们造成了无穷的贻害：比如这个世界到底是物质的，还是精神的？是物质决定精神，还是精神决定物质？世界是一元的，还是二元的？其实是存在很大的问题的。人和物共存于世界之中，以局部来认识总体，任何人认识到的真实都是局部的真实，不可能有所谓完全的客观真实。主、客体二者一旦产生联系，就是人的主观与客观局部的联系，而不是和任何客体全部的联系。比如传统的哲学往往把主观比作镜子，把客观事物比作镜子要照的对象，但是，镜子照出来的只

是事物的一面，被照的事物却是多面的，而真正的“真相”往往还隐藏在事实的“面”里边，另外，作为主体的人的大脑也不能被简单的比作镜子，其实要复杂得多。

实际上，对于人来说，任何事物，只有在它对人产生意义时（我们把它称作“域”或“场”，简单通俗地说就是你所在的“圈子”或“关系”），它才有意义，否则它的存在与否就和人毫无关系。

中国传统寓言里有一个“盲人摸象”故事，过去解读为批评人的认识的片面性，但其实你仔细地想想，现实中的我们每个人难道不都是摸象的盲人吗？我们何曾摸到了大象的全部？

另外，现代物理学中的“不确定性原理”（“测不准原理”）更是证明，在量子物理学里，一个微观上的基本粒子是不可以像在经典物理学里那样被准确地观察到它的运动状态的，因为观察时光线的粒子性介入本身就是一种干扰！

再说美学研究的历史：近代意义上的美学诞生以来，大家都试图定义一下“什么是美？”或“美是什么？”的概念，结果研究来研究去，发现这是一条永远无法走出的死胡同，根本就不可能有这么一个被多数人所认可的定义或概念，因为所有的审美过程都有着极大的个性化特征，每个人对美的感受都是不一样的，于是人们就彻底放弃了对于所谓美的研究，而改为对于美感是怎样发生的过程的研究，也就是说从研究“什么是美”转变到研究“美感的发生”的过程，从研究所谓的“客体”转到研究美感发生过程中的主、客体之间的关系。这个过程被称之为“审美”，“审美者”，感受美也。

婚姻也是如此。从父母之命、媒妁之言，从“从一而终”到自由恋爱，从“嫁鸡随鸡，嫁狗随狗”到离婚自由。传统的婚姻是一种静态的，而现代的婚姻是动态的，是需要“经营”的，为什么现代婚姻过程中增加了恋爱的程序？就是要有一种调适、一种互动和一种选择。

还有在数学领域，初等数学是研究静态的数量关系的：

$$\text{如：} a^2 - b^2 = (a+b)(a-b)$$

$$(a+b)^2 = a^2 + 2ab + b^2$$

是恒等的，不变的。

而高等数学是研究动态的数量关系的：

如： $y=f(x)$

$y=ax^2+bx+c$ （其中 $a \neq 0$ ， a 、 b 、 c 为常数）

x 是变量， y 亦是变量；

它们之间的关系却是动态的，是变化着的。

其实新闻亦是如此。

所谓新闻，就是新闻事件和报道者（记者、编辑、媒体）之间的动态关系。二者之间是什么样的关系？媒体怎么样、凭着什么来处理新闻事件？

我们来看两首诗：

若言琴上有琴声，放在匣中何不鸣？若言声在指头上，何不于君指上听？

——苏东坡《琴诗》

音如石上泻流水，泻之不尽由源深。弹虽在指声在意，听不以耳而以心。

——欧阳修《赠无为军李道士》

在这个“抚”琴的过程中，你说是谁决定谁？是客观决定主观，还是主观决定客观？

在《中国好声音》中，导师选人的最高标准是——“唱出个性，唱出感情”，而个性和感情全都是主观的！

所以有人说，“什么是真理？真理存在于对真理的追寻之中。什么是新闻的真相？新闻的真相存在于对真相的不懈的探寻之中。”它是一个动态的过程，而不是一个静态的结果。

案例一：《舌尖上的中国》（第一季）——“卖什么不吆喝什么”的典型

1. 《舌尖上的中国》（第一季，下同）的情绪效果

现代与传统之间——回溯了传统；

游子与慈母之间——连接的文化脐带；

漂泊者与故乡之间——找到了根的感觉；

庙堂与江湖之间——庙堂的奢靡与平民的艰辛。（采松茸的藏民，挖

藕的安徽农民，种芋头的浙江老农，卖馍馍的陕北老汉老黄……)

2. 《舌尖上的中国》的文化特征

(1) 风格上——在一个喧嚣与浮躁的时代，让人们的心灵回归于平常与平淡”。

(2) 文化上——在现代与传统之间，在城市与乡村之间，在远方的游子与故土之间，在漂泊的人生与梦中的家园之间，找到了一条连接的纽带；

(3) 哲学上——现代人已经没有了故乡（无论是物理的还是精神的），被放逐的乡愁背影正在渐行渐远……”

3. 龙应台对成都旧城改造的批评

(1) “这么地大拆大建，那成都还像成都吗？”

(2) 担心它成为：“没有记忆，没有过去，没有性格的城市”。

4. 《舌尖上的中国》的“网络版”概括

哥记录的不是美食，是由美食勾起的儿时的记忆；

哥记录的不是美食，是由美食引发的浓浓的乡愁；

哥记录的不是美食，是和美食相关联的已经过往的那些人、那些事儿……；

哥记录的不是美食，是由美食而开始的一个家庭、一个乡里、一个民族、一个社会的行走轨迹；

所以，不要因为走得太远，把我们的“开始”都给忘记！

这句话来自于黎巴嫩诗人纪伯伦：不要因为走得太远而忘记当初我们为什么出发？

2014年，这句话演变为网络用语——“不忘初心”

5. 好的电视节目如同好的艺术作品，会让人产生一种思绪

什么叫思绪？思绪=思想+情绪；而且情绪是在先，思想是在后的，即情绪的发生先于认知，电视节目首先给予人的是一种情绪，而不是认知，认知是后起的。

但在我们的文化环境中，在实际的心理发展过程中，情绪、情感与认知的发展却是失衡的，这是中国文化的缺陷，更是中国教育的缺失。实际上人们在观察和体验的过程中，总是会伴随着情绪和情感的发生，甚至情

绪、情感的发生还在认知产生之前。而在我们的这个文化场域内，这种文化心理却被有意识地忽略了，所谓“发乎情，止乎礼义”，更多的是在于强调礼仪，很少人或几乎没有人去重视“发乎情”，即情是怎样发生的，它有什么特点和规律？

6. 寻找与校正的最好方法是回到原来的出发点，比如孩子与家人的丢失，最好的处理办法是回到开始走失的地方。回到出发点，进行冷静的思考和反思，是一种最好的校正，看看我们是否已经离开我们原来设定的方向，是否走得太远，走得太偏，甚至走歪了，走错了……

7. 到底是“舌尖上的中国”，还是“中国人的舌尖”？

二者其实是大不一样，你当然可以把它解读为“中国人的舌尖”，它也确实包括这个层次，且此类节目甚多，只是价值层次不同而已，所以我们更愿意把它理解、解读为“舌尖上的中国”。

案例二：关于大型音乐纪录片《聆听中国》的思考

此类节目甚多，让我们看一看一共有多少可供我们选择的视角：

- (1) 猎奇的展示；
- (2) 对于即将消逝的农耕文明吟唱一曲哀怨的挽歌；
- (3) 寻找文明发展的原点坐标，对照我们现行的行走路径；
- (4) 展示个体的生命从出生、到成人、到成年、到老去、到死亡的文化过程。注意，是文化过程而不是自然生理过程。

在实际的节目操作中，多见的是第一种，即对一种特殊的少见的生活方式的展示，这只能是一种猎奇性的满足，也是一种媒体的优越，在交通发达，信息发达，在许多人可以随时“来一场说走就走的旅行”的今天，几乎已经没有意义。

案例三：《先生》

《先生》是一部十集大型纪录片，以陈寅恪、梁漱溟、陶行知、竺可桢、梅贻琦、张伯苓、马相伯、胡适、蔡元培 10 位先生的个性经历为经，中国的社会变革为纬，将他们的性格性情、命运经历、学术作为，以及他们的善良、无奈、焦虑和欢喜，在点滴中渐次呈现，充分反映了先生们贴近群伦又卓尔不群的独特风貌，让读者走近他们，走进那个时代。

片中所选择的先生均侧重于教育方面，10 位先生中有 6 位曾是大学校

长，有 3 位是乡间普及教育的先行者，1 位是教学育人的倡导者。

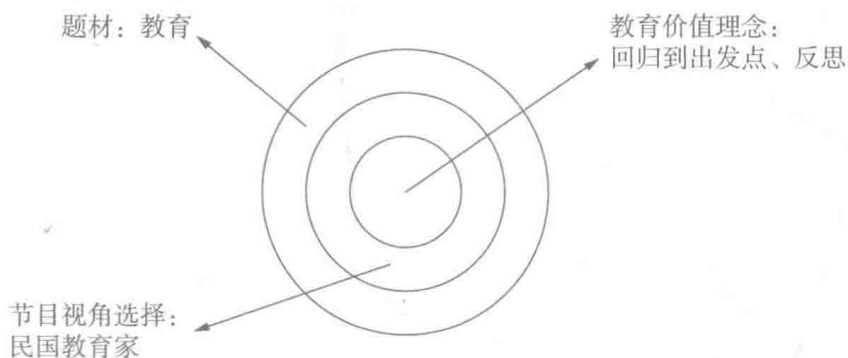


图2 《先生》内容层次结构

然后我们来看看《舌尖上的中国》与《先生》及《聆听中国》之间的比较。

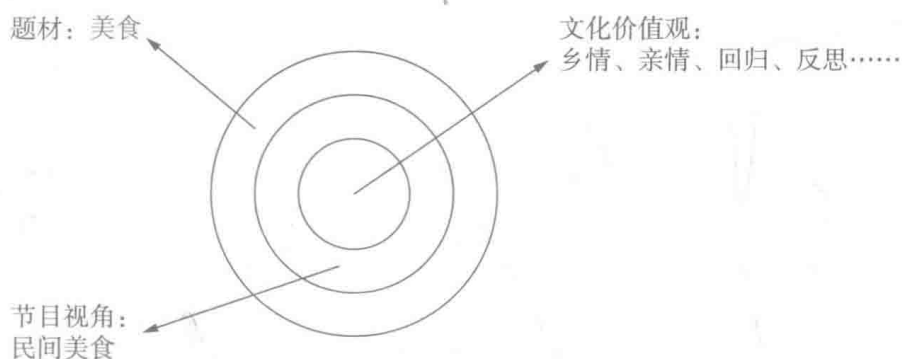


图3 《舌尖上的中国》内容层次结构

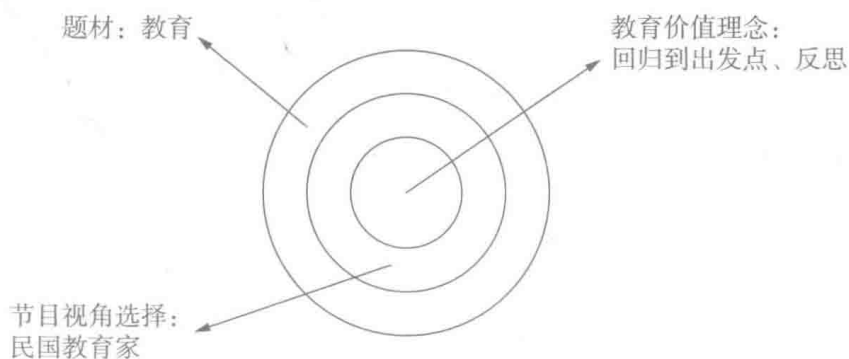


图4 《先生》内容层次结构

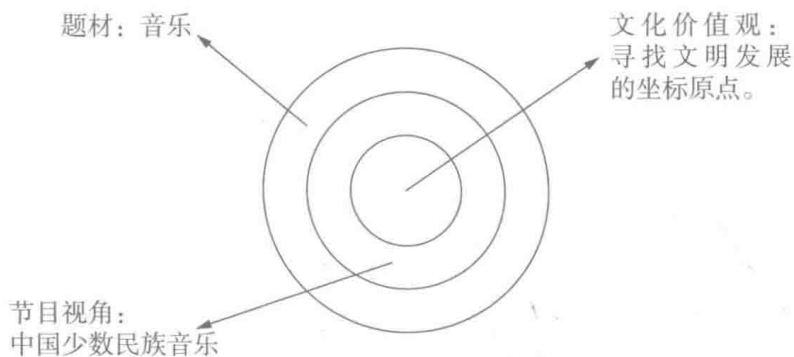


图5 《聆听中国》内容层次结构

(1) 电视节目的“异质同构”。所谓“异质同构”，是现代心理学史上格式塔心理学派的心理发现，该学派发端于第二次世界大战前的德国，由于遭到纳粹的迫害，其主要代表人物全部流亡美国，所以格式塔兴学派兴盛于第二次大战及其之后的美国。这个心理学派发现和提出的“异质同构”和“整合”（“1+1>2”）的理论在心理学的应用领域产生了极大的作用，并由此导致了电影的诞生。

格式塔心理学派认为在外部事物的存在形式、人的视知觉组织活动和人的情感以及视觉艺术形式之间，有一种对应关系，一旦这几种不同领域的“力”的作用模式达到结构上的一致时，就有可能激起审美经验，这就是“异质同构”。正是在这种“异质同构”的作用下，人们才在外部事物和美术品的形式中直接感受到“活力”“生命”“运动”“平衡”等性质。

正是这种“异质同构”的心理学原理，使得类似于《舌尖上的中国》和《先生》以及《聆听中国》这样的电视节目具有相同的形式结构并同时产生相同的审美体验和文化反思。

(2) 前苏联时期也产生了另一个心理学派——社会文化历史学派或维列鲁学派，他们认为人的高级心理功能实现的过程的结构是间接的，是以符号或词为中介的；它们的起源是社会文化历史发展的产物，是受社会规律所制约的。这就解释了为什么在2012年前后中国电视领域产生了这样一类电视节目。这是一股社会文化思潮，除了《舌尖上的中国》，还有《先