

 影视与传播丛书

# 影视文化传播论

YINGSHI WENHUA CHUANBOLUN

李法宝◎著



中山大學出版社  
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS



影视与传播丛书

# 影视文化传播论

YINGSHI WENHUA CHUANBOLUN

李法宝◎著



中山大学出版社  
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

影视文化传播论/李法宝著. —广州: 中山大学出版社, 2017. 1

(影视与传播丛书)

ISBN 978 - 7 - 306 - 05934 - 5

I. ①影… II. ①李… III. ①电影文化—文化传播—世界—文集 ②电视文化—文化传播—世界—文集 IV. ①J909. 1 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 312752 号

---

出版人: 徐 劲

策划编辑: 邹岚萍

责任编辑: 邹岚萍

封面设计: 曾 斌

责任校对: 刘丽丽

责任技编: 何雅涛

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84110771, 84113349, 84111997, 84110779

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: [zdcbs@mail.sysu.edu.cn](mailto:zdcbs@mail.sysu.edu.cn)

印 刷 者: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

规 格: 787mm × 1092mm 1/16 14 印张 297 千字

版次印次: 2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

---

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

本书获得华南师范大学文学院高水平大学建设基金项目资助，特此鸣谢。

## 内容提要

本书集中分析和探讨了中外影视文化传播中的政治、经济、法律和文化问题。全书共分九章，内容涉及电视新闻、纪录片、电视剧和电影等，既有微观层面的电视采访、新闻策划、电视直播、电视栏目等，也包括宏观层面的新闻体制、市场运营、跨文化传播。其中的一些内容已分别在《当代传播》《电影艺术》《新闻大学》《中国电视》《电视研究》《当代电视》《文艺争鸣》和《现代视听》等期刊发表，本书收录时略有增减和修改，但大部分内容未曾公开刊发。

本书可供影视艺术研究的专业人士或高校影视专业的学生学习与参考。

# 目 录

第一章 电视采访及新闻策划	1
第一节 “偷拍”：采访的法律边界	1
一、“偷拍”的形式及特征	1
二、保护和限制“偷拍”行为	4
第二节 电视新闻采访的创新求异意识	7
一、逆向思维：摆脱报道旧框框，让新闻作品推陈出新	7
二、发散思维：拓宽报道面，采掘新闻“富矿”	9
第三节 新闻策划及思维特征	12
一、新闻能否策划	12
二、新闻策划的特征及思维要求	14
三、新闻策划的误区及其防范	17
第二章 电视直播与节目	20
第一节 景观与仪式：十一届全运会与广州亚运会开幕式的符号分析	20
一、景观与仪式	21
二、具象与认同	24
三、电视直播的意识形态化	26
第二节 NBA 电视转播的消费主义取向	29
一、NBA 电视转播的市场策略	29
二、NBA 的“娱乐至死”消费主义取向	32
第三节 从怀旧看粤语电视节目的争论	35
一、“粤普之争”，反映人们的“怀旧”情绪	36
二、粤语电视节目表现为文化认同	41
第三章 电视栏目的报道与经营	46
第一节 从新版《东方时空》看栏目品牌经营	46
一、电视栏目进行品牌经营的必要性	46

二、电视栏目品牌的个性和特色 .....	47
三、电视栏目品牌的创新与稳定 .....	48
第二节 央视《时空调查》精确新闻报道 .....	49
一、《时空调查》精确新闻报道的方法及特点 .....	49
二、谨防数字陷阱 .....	52
第三节 《60分钟》及其理念 .....	54
一、《60分钟》的创办及理念 .....	54
二、《60分钟》体现美国媒介文化特征 .....	58
第四节 《60分钟》与《20/20》的市场策略 .....	62
一、同：体现电视新闻杂志的共同要求 .....	63
二、不同：追求栏目差异化 .....	66
<b>第四章 电视频道的价值与竞争 .....</b>	<b>69</b>
第一节 专业频道改革与规模经济效益 .....	69
一、专业频道只可追求适度规模 .....	69
二、专业频道实行差异化传播 .....	72
第二节 电视专业频道的价值创新 .....	74
一、专业频道的差异化及盈利模式 .....	74
二、专业频道应该追求价值创新 .....	77
第三节 省级卫视的差异化竞争 .....	79
一、差异化影响观众的需求 .....	80
二、省级卫视的差异化策略 .....	84
<b>第五章 电视媒体的体制及公信力建构 .....</b>	<b>89</b>
第一节 日本电视体制及管理 .....	89
一、公营与私营电视并存结构 .....	89
二、日本电视体制与管理经验的启示 .....	92
第二节 日本传播法：保护和限制新闻自由 .....	94
一、《宪法》保障公民的言论自由和知情权 .....	95
二、法律规范公民的民事权利 .....	98
第三节 “萨维尔事件”与BBC公信力建设 .....	101
一、完善管理机制，建立公信力体系 .....	101
二、强调客观公正报道原则，维护媒体的公信力 .....	104
第四节 公信力让华莱士成为新闻界“常青树” .....	107

一、公信力，造就华莱士的社会影响力	107
二、华莱士的公信力源于出色的新闻工作	111
<b>第六章 中国电视剧的改革与创新</b>	<b>114</b>
第一节 “供给侧改革”与中国电视剧产业创新	114
一、中国电视剧：供给与需求的错位	115
二、中国电视剧创新：提供有效供给	117
第二节 香港刑侦剧的转型	120
一、香港刑侦剧转型的表征	122
二、香港刑侦剧转型真实反映当代社会与文化的变迁	124
第三节 “集体记忆”与抗战剧的传播	127
一、抗战剧强化中国社会的集体记忆	128
二、抗战剧建构起混乱的集体记忆	130
三、抗战剧如何体现主流价值观	133
<b>第七章 美国电视业的市场化运营</b>	<b>138</b>
第一节 美国电视剧的植入式广告技巧	138
一、美国电视剧植入式广告的方式	139
二、美国电视剧植入式广告的策略	142
第二节 美国电视剧编播如何满足观众需求	146
一、美剧编播强调服务目标观众	147
二、从美剧编播看中国电视剧的播出困境	149
第三节 大数据与《纸牌屋》的热播	152
一、风靡中美两国的《纸牌屋》	153
二、大数据引起《纸牌屋》制作与播出的变革	155
第四节 从硬件到内容整合：乔布斯建构新媒体产业链	159
一、内容为本：追求技术与艺术的完美结合	159
二、整合内容与渠道平台，建构网络新型媒体帝国	161
<b>第八章 电影文化传播</b>	<b>165</b>
第一节 电影欣赏的“路径依赖”现象	165
一、“路径依赖”现象适用影视艺术创作	166
二、观众观赏行为存在“路径依赖”现象	168
第二节 共读时代：文学与影像的互动传播	172



一、文学与影像互动的历史·····	172
二、文学与影像共同阅读：产生整合传播的力量·····	176
第三节 从好莱坞看我国影视剧翻拍困境·····	180
一、翻拍片的价值·····	180
二、好莱坞翻拍片对我国的启示·····	182
第四节 电影消费的“口红效应”·····	185
一、什么是“口红效应”·····	185
二、好莱坞如何实施“口红效应”·····	186
<b>第九章 中国影视作品的跨文化传播·····</b>	<b>190</b>
第一节 习近平的对外传播思想·····	190
一、习近平对外传播思想的内涵及核心观点·····	191
二、习近平对外传播思想的价值和意义·····	194
第二节 纪录片《舌尖上的中国》系列化解“文化折扣”策略·····	197
一、人性化表达降低“文化折扣”·····	198
二、用国际化叙事语言化解“文化折扣”·····	201
第三节 从“文化折扣”看《泰囧》的传播·····	204
一、《泰囧》内外迥异的境遇·····	204
二、从《泰囧》遭遇看中国内陆电影如何有效规避 “文化折扣”·····	207

# 第一章 电视采访及新闻策划

## 第一节 “偷拍”：采访的法律边界

所谓“偷拍”，是指电视记者隐匿自己的身份、运用隐藏的摄像设备拍摄并记录一般显性采访中不易获得的信息和材料的一种手段。在采访实践中，一些舆论监督的对象往往对记者有着防范心理，在这种情况下，记者公开身份就可能使正常的采访拍摄中断。从增强新闻评论性节目的真实性和现场感角度来看，如果想得到真实而具体的事实材料，记者必须隐匿自己的真实身份，使采访对象在一种不被干扰的情况下保持常态，因此，记者只有采用“偷拍”的手段才能揭示事实的真相。但是，在当今社会法律意识日益增强、权利界限越来越明晰的背景下，“偷拍”不仅唤起人们对新闻伦理道德的关注，也引起全社会对“偷拍”行为的合法性讨论。2002年4月1日最高人民法院颁布的《关于民事诉讼证据的若干规定》提出：在民事诉讼中，有其他证据佐证并以合法手段取得的无疑问的视听资料，或者与视听资料核对无误的复制体，对方当事人提出异议但没有足以反驳的相反证据的，人民法院应当确认其证明力。同时也规定，以侵害他人合法权益或者违反法律禁止性规定的方法所取得的证据，不能作为认定案件事实的依据。新的司法解释有条件地使“偷拍”合法化，且对“偷拍”所得来的证据由绝对否定变为相对否定。

### 一、“偷拍”的形式及特征

#### (一)“偷拍”的形式

以中央电视台新闻评论性栏目《焦点访谈》为代表，包括广东电视台的《社会纵横》、北京电视台的《社会话题》、河北电视台的《社会广角》、上海电视台的《新闻透视》和广州电视台的《城市话题》等各省市级电视台，均兴办了一些类似的电视新闻评论节目，而且都采用过“偷拍”的采访方式。比如《焦点访谈》开办之初的节目

《触目惊心假发票》，暗访了上海火车站广场票贩子倒卖增值税发票的真实情况。摄像机架在40米以外的地方，记者隐匿自己的真实身份和女票贩子交涉，在票贩子毫无知觉的情况下，客观真实地再现了票贩子倒卖假增值税发票的犯罪事实，引起了上海市有关部门及领导的高度重视，从而查处了涉案人员。这是《焦点访谈》第一次成功地运用“偷拍”的采访方式，揭露了违法乱纪行为。此后，各地电视新闻评论性节目相继采用了多种“偷拍”的采访方式。

1. 侦探式。是指记者为了采访事实而扮演相应的社会角色，参与事件的调查过程，为节目提供第一手事实材料而采用的一种方式。比如《在走私货的背后》的拍摄首次采用侦探式采访手段。当时，《焦点访谈》收到一封观众转来的订货单，产品一应俱全，而价格都比市面上便宜一半。为了弄清事实的真相，记者以订货人的身份，按照约定见到了供货人。在与他们接触之后，记者发现这是一个有着复杂背景的走私团伙。为了能将这个团伙的人员组成、物品来源等信息调查清楚，记者专门来到厦门海关走私犯罪侦察分局反映情况。海关警察经过分析，认定这是一个犯罪团伙，决定立案侦查，并请求记者继续与犯罪嫌疑人保持联系，配合公安机关侦破此案。于是，记者便采用隐性采访（偷拍）工具，将与犯罪嫌疑人“做生意”的场景全部记录下来。然后，缉私警察们也开始行动，对犯罪嫌疑人进行了突击审查。原来这些涉嫌走私的人是以价格低廉的走私物品作诱饵，骗取订货者的运费和定金，这里，记者的采访活动便构成了案件侦破的一个重要环节。但记者的“侦探”确切地说是一种调查方式，绝不是身份和角色。

2. 旁观式。是指记者在事件的发生地不提问，不与被采访对象直接交涉，而只是扮演一个旁观者或见证者的角色。比如在《咸宁工商取财有“道”》这个节目中，记者没有公开自己的身份，只是跟随车主到咸宁市工商局，要求取回以查处私车为名而被扣押的车辆。记者用包中的微型摄像机，记录下了咸宁市工商局局长蛮横霸道、不讲理的行径。次日，当记者亮明真实身份进行采访时，工商局局长一夜之间仿佛变成另外一个人似的，她笑脸相迎、笑语相答，已经不像昨日那样理直气壮了。这种显著的变化只有隐性采访才可能真实地呈现出来，反映了隐性采访的价值。又如2013年10月11日，中央电视台《焦点访谈》栏目播出《证难办脸难看》节目。2013年7月，正值党的群众路线教育实践活动深入开展之际，《焦点访谈》栏目针对群众反映强烈的“四风”进行曝光监督。接到任务后，记者们从众多线索中选择群众最为反感的“证难办”的现象，并多次深入江苏徐州和河北衡水等地，通过大量深入细致的采访，发掘了“北漂”小伙子小周、徐州一位大学毕业生小狄创业过程中面临办证难的事实。同时，记者还与当事人一起，多次往返办证机构，真实生动地记录当事人艰难的办证过程。“门难进、脸难看、事难办”，是当前中国官僚主义作风的典型表现，群众非常反感，但是在一些单位特别是某些窗口行业，“门难进、脸难看、事难办”的现象却非常普遍。记者通过大量深入细致的采访，真实而生动地反映小周为办护照往返北京和河北老家六次、小狄

为办农业合作社的执照跑了十几次办证大厅无果的烦恼。同时，记者又用电视化的语言和表现形式，鲜活形象地展现了一些窗口单位的工作人员态度粗暴、苛责刁难、相互推诿的官僚作风；批评了个别干部只顾自己、少担责任、多享清闲，却让老百姓急断肠、跑断腿的行为。

3. 体验式。体验式采访分两种：一种是记者转换角色或不暴露身份，到现场观察、调查乃至参与某种具体活动，从而获取材料；另一种是记者改变身份，成为某个角色的体验者。比如《黑心赚黑钱石粉充豆粉》就是一个采用体验式采访的节目。当时，《焦点访谈》获悉山东省枣庄市山亭区城头村存在着非法加工豆制品的现象，即派记者采访。由于这里的豆制品的生产都是家族经营，陌生人很难了解到真实的情况，于是记者们便扮成客户和学徒工，悄悄地进村，用隐身摄像机记录下了城头村在生产的豆制品中大量掺杂滑石粉、化学染料等有毒物质的过程。随后，当记者与城头镇政府联系采访时，镇政府公然用大喇叭为掺假造假者通风报信。又如2014年7月20日上海广播电视台刊播的调查报道《食品工厂的“黑洞”》。2014年4月，记者接到爆料，反映上海福喜公司长期使用过期原料制作食品。由于该选题涉及公共利益，在其他途径无法获得第一手证据的情况下，记者深入工厂进行隐蔽式采访。在历时3个多月的调查过程中，记者严格遵守新闻界公认的隐蔽式采访规范，不做钓鱼式、诱导式的采访，也不主动推进事实的进程，而是以严谨客观公正的态度，忠实地记录下自己观察到的事实真相。调查报告讲究证据确凿、逻辑严谨，节目通过层层推进的情节，多角度、多机位的镜头呈现，充分发挥电视新闻报道的特长，画面生动，细节抓人。由此可见，记者如果没有采取暗访的手段拿到事实证据，只是通过正常的渠道联系，其结果是什么也调查不到。

4. 机遇式。是指事先既没有确定“偷拍”采访的对象，也没有明确“偷拍”采访的目的，完全是偶尔“碰上”的、意外地发现某些值得引起注意的事实。比如2001年11月14日《焦点访谈》曝光了山西省沁水县端氏镇政府通过非法渠道筹集资金、大兴土木建豪华办公大楼的事件。其中有两个“偷拍”的镜头：当地镇政府领导为了阻止记者采访，亲自出马，两次到记者所住宾馆送“红包”，第一次现金1万元，第二次现金4万元，但记者均严词拒绝了，并用微型摄像机真实地记录了事件的整个过程。这些记者随意“偷拍”到的细节画面，成为揭示问题的有力事实根据。

5. 混合式。当然，在具体的采访实践中，侦探式、体验式、机遇式和旁观式的采访方式不是互相排斥的，其中的两种或三种方法可以混合使用。比如《“罚”要依法》曝光了山西省长治市境内部分公安交警利用职权在309国道上乱设卡、乱收费、乱罚款的行径。当时，记者装扮成搭车人，坐车到山西省黎城县路段，遇上了交警大队一名民警。民警随意罚款20元，记者帮车主讨价还价。在这段记者与民警的对话镜头中，一个强作笑脸、苦苦哀求，一个蛮横粗暴、强取豪夺，记者用偷拍设备把这一幕再现得淋漓尽致，拍摄到了违法民警的“原生态”。这次“偷拍”就混合使用了旁观和体验两种

采访方式。

## （二）“偷拍”的特征

由于“偷拍”一般应用于批评性或揭露违法乱纪等不正当行为或社会阴暗面的题材，因此具备三个特点：

1. 强调采访对象的可选择性。“偷拍”大多用在法律界定的公共场合的有违法、违纪行为的人和事。这种事实在公开采访的情况下是无法获得的，但是，它又具有很高的新闻价值。所以，选择“偷拍”的采访对象，应该是以显性（公开）采访方式难以取得或难以保证其真实性的人和事。

2. 采访行为的相对不公开性。“偷拍”的不公开性是相对的，只是对采访对象及其相关人员隐瞒记者身份，而不是对所有的人隐瞒。它是经过新闻机构的特别授权，再由记者根据具体情况而组织实施的。

3. 采访效果具有两重性。“偷拍”方法，一方面扩大了电视新闻评论性节目的报道领域，丰富了电视节目的表现力和感染力；另一方面，若在使用过程中不慎重，往往会采访对象的权利造成侵害。正因为如此，“偷拍”行为存在着保护和限制的法律边界。

## 二、保护和限制“偷拍”行为

“偷拍”采访原本是一个新闻概念，目前在法律上尚无准确具体的界定。一般情况下，采访应当是公开进行的，并且要征得被采访对象的同意或认可。但是，在特殊情况下，不公开记者的身份，通过“偷拍”方式获取信息，应当是合法的。从法律的角度来理解，就是权利主体对其所享有的权利，只要法律没有作出禁止性的规定，是可以依照权利人的意志来行使这种权利的。所以，“偷拍”应该是具有合理性与合法性的采访。

首先，它是为了满足公众知情权的需要。知情权是指公民有权知道他应当知道的事情，而国家也应当最大限度地确认和保障公民知悉、获取信息的权利，尤其是政务信息的权利。知情权涉及以下三项内容：一是知政权，即公民依法享有知悉国家事务、政府行为以及知晓国家活动、了解国家事务的权利；二是社会知情权，即知道他所感兴趣的社会变化和发展情况；三是对个人信息的知情权，包括对自己的信息的知情权和对有关自己切身利益的人的信息的知情权。

人们所说的公众知情权，通常是指知政权和社会知情权。知情权的概念是20世纪20年代由西方新闻界提出的，到了60年代，则被视为公民最基本的权利之一。我国法律没有把知情权作为一项法定的公民权利加以规定，但是宪法规定，中华人民共和国的一切权力属于人民，人民依照法律规定，通过各种途径和形式管理国家事务，管理经济

和文化事业,管理社会事务。也就是人民作为国家的主人,有权知道一切与国家、社会和个人相关的信息,只有在“知”的基础上,才能更好地行使自己管理国家和事务的权利。因此,公众的知情权是舆论监督性节目最有力的辩理由。

其次,它是舆论监督的需要。舆论监督就是尊重事实,在了解情况的基础上,通过一定的组织形式和传播媒介,行使法律赋予的监督权力,表达舆论、影响公共决策的一种社会现象。<sup>①</sup>当前,中国的“新闻舆论监督,实质上就是人民的监督,它是人民群众通过新闻工具对党和政府的工作及其工作人员进行的监督,是党和人民通过新闻工具对社会进行的监督”<sup>②</sup>。因此,舆论的本质和它所反映的是人民群众的意见,从这个意义上说,舆论监督的主体是人民群众。但是,从法律意义上说,主体应该享有权利和承担义务(责任)。大众传播的传播者是新闻媒体,舆论监督只有通过新闻媒体才得以实现,因此,新闻媒体才是享有舆论监督权利和承担相应的义务(责任)的主体。舆论监督的客体,应该是一切背离、妨碍以至损害现行社会制度和法律所保护的社会关系的现象和行为,也包括国家机关及其与社会公共利益相关的一切活动。新闻媒体为了更好地代表人民群众行使舆论监督权,必然要从各个方面来关注社会生活的每一个角落,尤其是在对一些社会丑恶现象进行批评和揭露时,“偷拍”所揭示出来的社会问题大多是在常态下难以发现或不会引起有关部门重视的问题,但一经新闻媒体披露后,立刻就能引起社会关注,有利于问题很快地解决。从这个角度看,“偷拍”是新闻媒体更好地行使舆论监督时所采用的获取信息的一种有效方法和手段。

最后,它是社会公共利益的需要。对涉及社会公共利益的政治事件和社会事件等进行“偷拍”采访不应受到限制。公共利益就是那些与每个公民息息相关或与公民日常生活有很高关联度的社会活动。英国著名大法官丹宁说过:“公共利益的范围不宜限制得太窄。当一件事足够大得影响到别人,这些人又理所当然地或者对此感兴趣,或者对此关注的时候,这件事就应当被认为是事关公共利益。任何人对此都可发表评论。”<sup>③</sup>所谓政治事件,是指与国家政治生活有直接联系的活动;社会事件则是指在社会领域发生的一些事,虽然与政治活动不直接相关,但它涉及多数人的利益,为大多数人所关注,比如物价上涨、造假贩假等。在现实中,如果新闻媒体披露的事件与大多数人的公共利益密切相关,那么,舆论监督权、知情权就大于公民的隐私权、肖像权,此时,“偷拍”合法;反之,“偷拍”行为就不合法。比如2012年4月15日中央电视台刊播的《胶囊里的秘密》专题节目,它在对浙江省新昌县部分胶囊生产厂调查中发现,这些胶囊厂使用一种白袋子明胶生产胶囊。记者随即前往河北、江西等地明胶厂调查,发

① 参见甘惜分主编《新闻学大辞典》,河南人民出版社1993年版,第42页。

② 中国社会科学院新闻研究所编:《中国共产党新闻工作文献汇编》(中册),新华出版社1990年版,第172页。

③ 转引自窦丰昌:《新闻评论怎样才算公正》,《法制日报》2001年7月2日。

现这些白袋子明胶就是工业明胶，不能用于食品、药品生产。在进一步调查中记者还发现，这些用工业明胶生产的胶囊，销往修正药业、海外药业等九家大型药厂。记者完整记录了从工业明胶到胶囊半成品再到药用胶囊的产业链条，整个调查采访扎实、事实准确，揭开了问题药用胶囊产销过程中的惊人黑幕。记者通过长达8个多月的暗访调查，行程数万里，用大量翔实的证据揭示胶囊里隐藏的秘密。在河北、江西等地区，大量使用工业皮革废料加工重金属铬超标的工业明胶，通过无产品标识的白袋子包装作掩护，暗中流入浙江新昌部分胶囊厂，被生产成药用胶囊，这种重金属铬超标的“毒胶囊”最终被卖到一些药厂用来生产各种胶囊类药品。

言论、出版自由、知情权、舆论监督权和社会公共利益使“偷拍”行为的存在和运用具有合理性和合法性。但是，这种自由和权利是相对的，是一种在法律规定范围内的权利。《宪法》第51条规定：“中华人民共和国公民在行使自由和权利的时候，不得损害国家的、社会的、集体的利益和其他公民的合法的自由和权利。”那么，怎样才能限制和防范“偷拍”的侵权行为呢？

一方面，应该认识到，“偷拍”只是记者的一项权利，而绝非权力。必须理解权力和权利是两个不同的概念，权力是公法上的概念，指政治上的强制力量，以及职责范围内的支配力量；而权利，既是公法上的概念，也是私法上的概念，是与义务相对应的范畴。通俗地讲，权利就是法律对法律关系主体能够作出或者不作出一定行为，以及要求他人相应作出一定行为的许可和保障。同时要搞清“偷拍”的权利来源。“偷拍”作为一种采访方式，它是新闻权的组成部分，新闻权由采访权和报道权构成。而新闻权来源于新闻自由，按照我国宪法的规定，新闻自由的权利来源是言论和出版自由，言论和出版自由本身不是权力，而是一种权利。既然如此，那么“偷拍”当然就是一种与义务相对应的权利，而不是具有国家强制力的权力。

另一方面，要避免“偷拍”侵害公民的人格权和其他法律法规。在我国，与“偷拍”相冲突的民事权利和法律规定主要有公民的人格权。按照《民法通则》的规定，公民都享有人格权，它是法律赋予公民所固有的为维护自己的生存和尊严所必须具备的人身权利。这种人格权是任何人都不得侵犯的，绝对不能以侵害他人的人格权来实现自己的自由和权利。侵害人格权，故意或过失都会构成侵权责任。当言论自由和人格权的保护之间发生冲突时，法律会向人格权的保护倾斜。具体地说，在“偷拍”行为中，最容易受到侵害的人格权有三项：一是隐私权；二是名誉权；三是肖像权。“偷拍”除了容易侵犯公民的人格权外，公民的其他民事权利和一些专门性法规也对“偷拍”给予了一定的限制，比如《未成年人保护法》《妇女权益保障法》《保密法》等一些法律法规，对涉及国家秘密、商业机密、未成年人犯罪等事件，严格限制了“偷拍”的采访方式。

总体而言，记者为公共利益有采访的权利，公民和法人也有保护自身的隐私权、肖

像权、名誉权等权利。“偷拍”在这种“可为”“不可为”两难的境地中，要求记者合理、合法地使用。为此，中央电视台新闻评论栏目《焦点访谈》制定了有关采用“偷拍”的若干规定和原则，即多用明察暗访，把明察和暗访结合起来，其中以明察为主；对有些特殊现象，为了安全及取证的需要，不得不采用“偷拍”的方式，但这需要在国家法律允许的范围内进行，其原则是：依法行使采访权，不得违背法律和公共道德；不得涉及国家机密；不得涉及与公共利益无关的公民的隐私；不得违背未成年人和保障妇女权益的有关法律规定；不得涉及商业机密。<sup>①</sup> 这些规定和原则也适合于其他舆论监督性电视评论节目。总之，我国的宪法和一般性法规，一方面保障了新闻机构独立地从事自己的事业，另一方面又要防止新闻媒介滥用新闻自由侵害国家、社会和公民的权益，体现了社会主义新闻自由的特色。

## 第二节 电视新闻采访的创新求异意识

新闻报道贵在出新，这就需要记者深入社会生活，挖掘新题材，提炼新主题，以新的角度来报道新闻事件。而正确掌握和运用创新求异意识来采写电视新闻，是解决电视新闻报道中的“老面孔、老一套”、让新闻作品出新的有效途径。创新求异意识，是指记者在新闻采写过程中，不依常规，对客观存在的事实从不同的方面、不同的角度进行独创性的思考和分析，从多方面寻求答案，从而引出更多、更新的信息，以满足受众的需求。通俗地说，创新求异意识就是追求与众不同，对于既定的规范提出疑问，也就是能够觉常人之未觉，发常人之未发，在或许不成问题的地方看出问题，对没有现成答案的问题作出解释。创新求异意识主要表现为逆向思维和发散思维两种形式。逆向思维和发散思维就像记者大脑思维网络中的两根可以无限伸缩的天线，或独立启动，或交织在一起，帮助记者一次又一次地达到新闻采访的新境界。

### 一、逆向思维：摆脱报道旧框框，让新闻作品推陈出新

所谓逆向思维，就是遇到事情倒过来考虑，从相反的方向考察问题，从而发现别人没有注意到的新鲜事物，找到别人不曾用过的表达方式。善于运用逆向思维，是记者能够捕捉到有价值新闻的“法宝”。逆向思维在新闻采访中的运用十分普遍，而且收效很好，新闻界出现了很多值得借鉴的优秀作品。在新闻实践中，可以通过以下三种方式进

<sup>①</sup> 参见袁正明、梁建增主编《用事实说话——中国电视焦点节目透视》，上海人民出版社2000年版，第153页。



行逆向思维。

### （一）从受众的对立面进行思维

在现实社会中，有新闻价值的事件发生后，各媒体随之会进行大量报道。这类报道大多观点相近，由此会在社会上形成较为统一的认知，按照这种统一认知、统一思路采写的新闻报道，往往会出现“千报一面，千篇一律”的流弊，因而此类报道自然难以吸引观众。希望推陈出新的记者不能随波逐流、人云亦云，应该反其道而思之，或许会有意想不到的收获。比如在电视新闻《劳模，该不该重奖》中，南京劳模孙克勤、郭宏新等在获得市政府几百万元的奖金时竟不敢拿，却把钱捐了出去。记者以此事件为契机，引出了“劳模，该不该重奖”的问题。大多数人认为，劳模是社会的榜样，所以应该大公无私，只讲奉献，不求索取，这样说来自然不应重奖。记者则反其道而行之，在众口一词中发出了不同声音，认为在社会主义市场经济条件下劳模也应受重奖，这样才能使他们更好地发挥积极性和创造性，从而为社会作出更大的贡献，这样的看法很有新意。尤其这种在众人观点基础上来一个180度转弯的思维方式，给人一种耳目一新的感觉，同时也极具说服力和感染力。

常言道，冰冻三尺非一日之寒。众人观点的形成一般也要经历较长的时间，且具有相对的稳定性。记者要想冲出众人固定成见的重围，首先需要的是勇气，应时刻牢记“是金子总是要发光的”，正确的观点终究会被众人所接纳，所以应不怕遭误解被耻笑，敢于用事实说话，这就需要脚踏实地去调查研究，大量搜集事实材料，以证明自己观点的正确性。

### （二）从众人报道角度的对立面进行思维

这种方式常用于报道同一主题的新闻事件。比如为了表现我国人民生活水平提高这一主题，大多数记者会从人们的衣着服饰由低档到高档、食物由素食到肉食等变化的角度进行报道，这样的报道在电视新闻中可谓司空见惯，开始也许会吸引受众的眼球，但长此以往，受众的“兴奋点”就会慢慢地消退，甚至变得麻木不仁，不再把这些变化当回事。这样的情况并非绝无仅有，不能不说是新闻报道的失败。同样是反映人民生活水平提高题材的电视新闻报道《天津兴起“咸菜热”》，记者采写时就一反多数报道的“鸡鸭鱼肉热”这一角度，从天津人排长龙买咸菜的现象中独辟蹊径，选取了常人不易发现的角度，即人们已经吃腻了鸡鸭鱼肉，反而要买咸菜这种属于贫困年代的食物作为调味品，选取这种角度正体现了“于细微处见精神”之真义，不但在不经意间达到了其报道意图，更让人顿有耳目一新之感。上海电视台为纪念中国改革开放20周年制作的《二十年巨变》系列报道中，记者从已经消失的五颜六色的票证和逐渐增多的遥控器入手，以小见大来反映老百姓“米袋子、菜篮子”日益丰富、家用电器增多等物质