

构建电视频道

GOUJIANDIANSHI
PINDAO

罗自文◎著

中国广播电视出版社
CHINA BROADCASTING & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

构建电视频道

罗自文 著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (C I P) 数据

构建电视频道/罗自文著. —北京: 中国广播电视出版社, 2007. 10

ISBN 978-7-5043-5421-1

I. 构… II. 罗… III. 电视节目—电视工作 IV. G222. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 149032 号

构建电视频道

编 者	罗自文
责任编辑	陈丹桦
封面设计	大盟文化
监 印	赵 宁
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条 9 号 (邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	北京友谊印刷有限公司
开 本	880 毫米×1230 毫米 1/32
字 数	332 (千) 字
印 张	13. 75
版 次	2007 年 10 月第 1 版 2007 年 10 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5043-5421-1
定 价	28. 00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

前 言

20 世纪 80 年代以来,随着有线电视和卫星电视的兴起与普及,西方发达国家的电视媒体先后进入多频道时代。本世纪初,随着省级电视台综合频道的全部上星以及有线电视升级改造的初步完成,我国电视媒体也向着多频道的方向发展——以频道为中心进行节目的制作、品牌的构建和媒体的营销成为电视机构运营改革的方向。

构建电视频道是进行频道运营和媒体竞争的起点与基础。然而长期以来,我国电视频道的构建只是自发性质的探索,缺乏系统的理论指导和科学的操作程序;为数不少的电视频道在开播不久就经常改版,造成了一定的资源浪费,也降低了电视频道运营的社会效益和经济效益。

电视研究可分为三个层次:媒体层次、频道层次和节目层次。媒体层次主要研究电视传播的整体现象与一般规律,属于宏观范畴;节目层次主要研究节目的具体制作方法与经营策略,属于微观范畴;频道层次主要研究频道构建与传播的理论、策略与方法,属于中观范畴。完整的电视研究体系应该结合上述三个层次。

目前,国内电视研究的整体状况是,对频道层次这一中观领

域的研究相对比较薄弱,特别是对电视频道本体的认识,对电视频道构建的一般理论以及具体程序与方法的探讨,还处于初级阶段,还没有形成完整、系统的理论体系。

罗自文综合运用文献分析、文本分析、田野观察以及访谈等研究方法,从历史分析、中外比较、电视产业内外关联等视角,做了三个方面的理论探索:

一是试图对电视频道本体进行全面、系统、深入的研究,解析电视频道的结构,归结构建电视频道的基本元素以及这些元素组合的原则与规律。

二是在分析电视频道构建的宏观环境和微观环境的基础上,建立了频道传播的基础理论。

三是在具体分析中外成功电视频道构建经验的基础上,归纳出电视频道构建的具体程序与方法。

作者的最终目的是初步建立频道层次——这一中观领域的研究框架,以搭建联系媒体层次这一宏观研究领域与节目层次这一微观研究领域之间的桥梁,从而为完善电视研究的体系添砖加瓦。

二

正如商品具有二重性一样,电视频道也具有二重性。传统意义上的电视频道是技术通道(广播频率)和内容文本(电视节目)的结合。正像瓶装矿泉水是指盛水的瓶子和瓶子中的水一样,没有盛水的瓶子,矿泉水就不能有效地传递给消费者;另一方面,没有水这样的内容,空的矿泉水瓶子传递给消费者没有任何意义。

随着手机电视、网络电视的诞生,电视频道中内容文本与技术通道的这种紧密依存关系,将在一定程度上被打破,传统的频道制、单向、线性传播的电视频道将出现消解与重构。

回溯媒介发展史,新媒介的出现并不意味着原有媒介的消

亡,而必将促进原有媒介传播形态的改进,报刊是这样,广播电视也不例外。无论将来手机电视、网络电视的发展程度如何,电视频道作为节目内容集合的特征将仍然存在。

从系统论的角度来看,一个电视节目是一个系统,一个电视栏目也是一个系统,一个电视频道更是一个系统。但是,只有电视频道才能使电视与同为视听媒介的电影、视频网站产生区分,因此电视频道是最能反映电视传播特性的节目系统。

从电视媒体的运转与经营来看,电视经历了节目时期和栏目时期,如今正进入频道时期,以频道为单位进行人员调配、节目生产、媒体经营成为当下电视媒体改革的方向。

然而长期以来,我国的电视媒体一直采用事业单位的性质定位和运转模式,基本上没有生死之虞,因而较少采用市场化的思维模式和运转模式;即使到了21世纪的今天,在一些电视媒体的领导层和某些工作人员的观念中,“传者本位”思想依然存在,这导致我国电视频道的整体运转效率不高,电视传播难以实现社会效益和经济效益的最佳结合和完美统一。

三

21世纪是全球化时代、信息时代、品牌时代、网络时代,媒体也面临着新的环境和竞争。随着电视频道生存区域内外的政治、经济、文化和技术因素的变化,频道的生态环境也相应发生了变化。

首先是全球化。随着现代科学技术和生产力的发展,推动了世界范围的经济交流和融合,经济的全球化进一步推动了政治和文化的全球化,处在全球化下的中国电视媒体必须正确面对这种变化积极研究对策,才能在即将到来的传媒国际化中赢得生存和发展。

其次是新闻事业的集团化和产业化。随着我国政治和经济

改革的不断深入,带动了我国新闻事业的改革,各级新闻媒体相继成立新闻集团,减少了不必要的内部竞争,体现了一定的规模效应,另外,国家对新闻媒体所做的服务业的重新定位使这种媒体集团化发展又具有某种产业化的趋势,这将从根本上改变我国电视频道构建的原则和方法。

再次是传播技术数字化。数字化技术的发展使媒体采集、制作、传播和接收都发生了质的变化,而且这种变化必将逐步减少不同媒体之间的差别,推动不同媒体之间的融合,也为电视频道的多样化提供了技术保障。

最后是观众需求多样化。随着人们物质文化的不断丰富和电视媒体的不断发展,观众不再满足于单调和完全大众化的电视节目,他们对电视频道的多样化和专业化提出了更高的要求。

如果把电视频道比喻为一棵树,那么它的生态环境就是周围的整个人类社会。因此,我们必须充分认识电视频道所处的生态环境,了解影响其生存和发展的种种“生物因素”或“非生物因素”,在此基础上,努力构建和谐的媒介“生态环境”,为包括电视频道在内的媒介提供良好的外部发展条件。

四

从经济学的角度来看,电视频道的构建其实也是一个完整的产品生产问题。要成功地生产一种产品,需要首先解决四个方面的问题,即为谁生产、生产什么、生产多少、如何生产。对于电视频道的构建而言,为谁生产是一个频道的受众定位问题,生产什么是一个频道的内容定位问题,而如何生产则涉及到一个频道的具体设计、节目制作、节目编排、节目包装等一系列问题。

与生产普通商品不同,电视频道的构建要复杂得多,生产周期也要长得多。从某种意义上讲,电视频道的构建就像演奏一曲宏大的交响乐,演奏之前,要根据听众的需要选择曲谱,确定不同

的乐器和演奏者,更为重要的是,乐队总指挥要充分了解每一段旋律对不同乐器演奏的要求,并充分准确地将之传递给每一位演奏者,只有这些环节无一差错,各种乐器的配合协调,最后才能获得完美的演奏效果,从而获得听众雷鸣般的喝彩掌声。

一般而言,电视频道构建需要节目的选择和生产、节目的编排与包装、节目与频道的推广、频道的评估等四个大的步骤来完成。毋庸讳言,电视频道的构建是一项复杂的系统工程,需要运用市场、技术、组织管理、娱乐、艺术等多种手段来进行。有了一般理论和原则的指导,就能保证频道构建不出方向性、原则性的错误;但是在具体的构建中,还会遇到一些具体的问题。我们知道,汽车生产有一个工艺流程,家用电器的操作有一个使用说明书。一个电视频道的构建是否也存在一个固定的程序以及相应的方法?如果存在,它们又分别是什么?

五

作者从科学认识电视频道开始,通过对电视频道的结构剖析和谱系划分,初步确立了频道构建所必须的本体论基础;随后通过分析电视频道的生态环境,提出了构建和谐生态环境的具体方法和途径;在此基础上建立了电视频道构建的一般理论和具体的程序与方法。

这本书的核心内容主要体现在如下部分:

第四章,详细论述了电视频道构建的三种基本理论——进化论、阶段论、媒介场论,具体阐述了电视频道构建的四个基本原则——受众中心原则、市场细分原则、协调性原则、最优化原则,力图探索频道构建的基础理论,为频道构建实践提供理论观照。

第五章,运用中外比较的视角,结合具体的案例,深入浅出地论述了电视频道构建的科学程序与具体方法,为我国电视媒体进行频道构建提供了一条可供参考的路径。

最后一章,以新电视技术为切入点,对电视频道未来的发展与演变作了一定的分析与预测,认为传统电视频道将在“我的频道”的影响下出现消解和重构,从而为当下的电视频道构建提供了未来的变化参考。

相比其他同类研究,本研究的创新之处如下:

一是理论创新,确立了电视频道构建的“三论”——进化论、阶段论、媒介场论。作为“老三论”的系统论、信息论、控制论,以及作为“新三论”的协同学、耗散结构学、突变论,原是自然科学的基础理论,由于其具有强大的论证、预测、寻向作用,先后被应用到系统科学、管理科学乃至几乎所有的学科领域,对于人类的社会实践起到了巨大的推动作用。电视频道构建的“三论”——进化论、阶段论、媒介场论,也将充分发挥其论证作用、预测或预见作用、寻向作用等多种社会功能,使各级各类电视频道在频道构建中有一个普遍而有效的理论指引,从而使电视频道走出简单经验借鉴与自主摸索的发展模式。

二是本研究对频道构建实践具有系统、具体的指导作用。以往的相关研究或者集中与频道构建的一个方面,或者从理念和策略方面泛泛而谈,本研究系统分析了从频道定位到最后正式播出的频道构建全过程,对其中每一个具体的步骤都有详细的程序分析、方法介绍以及具体的案例介绍,具有较强的操作指导性,将有助于电视媒体以及产业资本构建电视频道的成功。

本书结合大量经典案例进行了全面、细致、深入的分析,在具体论述中配合图表进行说明,生动、直观,具有较强的可读性;作者还结合我国媒介的现实环境,对电视频道构建中存在的实际问题进行了深入剖析,并提出了具体的解决办法,具有较强的针对性;详细介绍了数字电视、网络电视、手机电视等新电视技术对电视频道构建的影响,并初步探讨了未来“我的频道”的出现对现有传统电视频道构建的冲击,具有较强的前瞻性。

作者是一个年青的新闻教育工作者。在日常交往和学习交

流中,我感觉他既热爱教学工作,又热衷于新闻传播理论研究,在教学、科研工作方面,都体现了他勤奋好学、刻苦钻研、开拓创新的精神。假以时日,我相信他会成为优秀教师和有成就的学者,因为他坐得住冷板凳,耐得住图书馆里的清静,经得住名利场的诱惑。

盛希贵

2007年10月19日于北京世纪城远大园

目 录

前 言	1
第一章 认识电视频道	1
第一节 电视频道的二重性	2
一、技术工具	3
二、内容文本	9
三、电视机的存储单元与其他“频道”	12
第二节 电视频道的凸显地位	18
一、电视频道——节目系统的核心	18
二、电视频道——电视媒体运营的最佳单位	23
三、电视频道——电视品牌的最佳平台	25
第三节 电视频道的作用与影响	27
一、节目传输平台	27
二、媒体运营单位	30
三、观众心中的电视品牌	32
四、社会群体的精神家园	34
第二章 电视频道的结构与类型	39
第一节 历史回顾	40
一、中国主要电视媒体的诞生	40
二、当前世界电视频道的概况	43

三、目前我国电视频道的概况	55
第二节 电视频道的结构	61
一、电视频道结构概述	61
二、电视频道的编排特点——时间结构	62
三、电视频道的外貌与形象——空间结构	71
四、电视频道的传播元素——符号结构	76
五、电视频道的文本单元——意义结构	85
六、电视频道结构变化的原因及其规律	90
第三节 电视频道的类型划分	91
一、电视频道类型概述	92
二、电视频道的技术视角	93
三、电视频道的覆盖视角	98
四、电视频道的内容视角	99
五、电视频道的受众视角	104
六、电视频道类型变迁的原因及其规律	107
第三章 电视频道的生态环境	110
第一节 电视频道生态环境的内涵与作用	111
一、生态环境界说	111
二、电视频道的生态环境	113
三、研究电视频道生态环境的意义	117
第二节 电视频道的生态环境解析	121
一、政治环境	122
二、经济环境	129
三、社会文化环境	134
四、技术环境	137
五、受众环境	142

六、广告环境	148
第三节 构建和谐生态环境的方法与途径	155
一、构建现代电视产业制度	156
二、建立现代的电视媒体企业制度	167
三、构建良好的节目流通机制	173
四、人力资源的优化配置	180
五、广告市场的成熟	185
 第四章 电视频道构建的理论原则	188
第一节 电视频道构建概述	188
一、什么是电视频道构建	188
二、电视频道构建的内容	189
三、电视频道构建的地位和作用	191
四、当前我国电视频道构建存在的问题	192
第二节 电视频道构建的三种理论	194
一、进化论	195
二、阶段论	204
三、媒介场论	212
第三节 电视频道构建的原则	222
一、“受众中心”原则	223
二、市场细分原则	230
三、协调性原则	236
四、最优化原则	240
 第五章 电视频道构建的程序与方法	247
第一节 频道定位——成就频道的基础	247
一、频道定位的概念与缘起	247

二、我国电视频道定位存在的问题	249
三、频道定位的策略与方法	252
四、CNN 定位的成功模式解析	260
第二节 频道策划——构建未来频道的蓝图	263
一、频道策划的概念与类型	263
二、频道策划的内容与重点	265
三、频道策划的程序与策略	267
四、中央电视台新闻频道的策划个案分析	270
第三节 样片制作与节目选择	
——频道的零部件生产	274
一、概念的缘起与内涵	274
二、样片制作的程序与方法	276
三、我国当前样片制作存在的问题	277
四、美国电视节目选择与样片测试的借鉴分析	278
第四节 节目编排——频道的“整机”组装	284
一、电视频道节目编排的目的与原理	285
二、电视频道节目编排的三个层次	294
三、中外栏目设置和节目编排的比较	307
四、美国 CNBC 财经频道的节目编排分析	312
第五节 频道包装——频道的最后“着装”	319
一、频道包装的内涵与意义	320
二、频道包装的环节与流程	323
三、频道包装的结构与创作元素	327
四、频道包装的原则与策略	332
五、中外电视频道包装的比较分析	334
六、海南旅游卫视的频道包装解析	336

第六节 频道构建的开放性	348
一、正式运营——频道“产品”投入市场	348
二、频道评估——频道产品的市场反馈	348
三、频道构建的开放性	349
 第六章 电视频道的未来发展与演变	351
第一节 新电视技术	351
一、有线数字电视	351
二、网络电视(IPTV)	361
三、手机电视	371
第二节 电视频道的总体发展趋势	383
一、数量爆炸	384
二、形态多样	385
三、运营与赢利模式增多	387
四、三个总趋势:互动、深入、个性化	397
第三节 电视频道形态的未来演变	400
一、节目内容的演化	400
二、传输模式的发展	402
三、频道结构的变迁	403
第四节 电视频道的消解与重构	405
一、智能终端的发展	405
二、传统电视频道的消解	411
三、“我的频道”的诞生	415
 附录:主要参考书目	420

第一章 认识电视频道

1985年,我国利用通信卫星C波段向全国传送中央电视台节目,由此开始了中国卫星电视广播的新纪元。1986年,新疆电视台利用卫星向本自治区内传输其第一套电视节目,拉开了省市电视频道上星的序幕,截止2005年,我国已经有56个上星频道,其中包括19个中央级和37个省级卫视频道。^①

2003年9月1日,中央电视台数字付费电视频道在各地落地播出,内容涵盖足球、电视剧场、音乐时尚、京剧经典、城市体育、卫生健康等,共设置有6个频道,24小时不间断播出,并由此展开了中国数字电视的“圈地运动”,北京、上海、山东、天津、吉林等纷纷申请开办付费频道,^②截止2006年12月,国家广播电影电视总局共批准开办68套全国播放的付费电视频道。^③这些全国性频道加上有线网络中的本地电视频道,我国城市有线用户一般可以接收50个左右的电视频道,在广播电视总局推行的“村村通”工程下,即使偏远山村的观众也可以收到40个左右的电视频道,我国电视真正进入了多频道时代。西方发达国家早在20世纪80

① 北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司:《全国卫星电视覆盖及收视状况调查:蛋糕越做越大》,中国经营报,2005年11月27日。

② 张金辉:《2003年中国电视变革思考》,转自中国新闻研究中心网,见 <http://www.cddc.net/shownews.asp?newsid=6340>。

③ 转自《数字电视常见问题》,见 http://www.91bi.com/article/105002/cat5_006.htm。

年代末期就进入了多频道时期,现在一般有线电视用户可以接收各种类型的电视频道 200 个左右。

在多频道时代,与普通观众感到选择性增多相对应的是,电视台也在悄悄变脸。原来的中心建制被新的频道建制所替代或分解,电视台除了台长又出现了频道总监,原来千篇一律的综合电视频道也开始进入专业化阶段。作为传者和受者,对电视的感受不尽相同,但是要真正理解电视,无论是传者还是受者都必须彻底认识电视频道:电视频道是最能体现电视特质的电视节目系统,是电视传播设置和品牌构建的中心,也是电视媒体运营的桥梁。

第一节 电视频道的二重性

所谓二重性,是指一个事物具有两种相互关联、相互渗透、甚至是相互矛盾的性质。关于二重性最为经典的论述,是马克思在其资本论中提出的劳动二重性和商品二重性概念。马克思认为,劳动二重性,是生产商品的同一劳动过程中不可分割的两个方面,即具体劳动和抽象劳动。具体劳动,是特定种类的生产活动,是“特定的生产目的、操作方式、对象、手段和结果决定的,”具体劳动生产商品的使用价值。抽象劳动是撇开了具体形式的无差别的人类劳动或一般的人类劳动,抽象劳动形成商品的价值。商品价值量和使用价值量的对立运动,来源于劳动二重性。“同一劳动在同样的时间内提供的价值量总是相同的。但它在同样的时间内提供的使用价值量会是不同的。”^①因此,劳动二重性的对立运动,必然引起商品的使用价值量和价值量之间的相反方向的对立运动。二重性是客观事物的一个普遍属性。所谓电视频道

^① 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局译:《马克思恩格斯全集》第 23 卷,人民出版社,1972 年版,第 59~60 页。