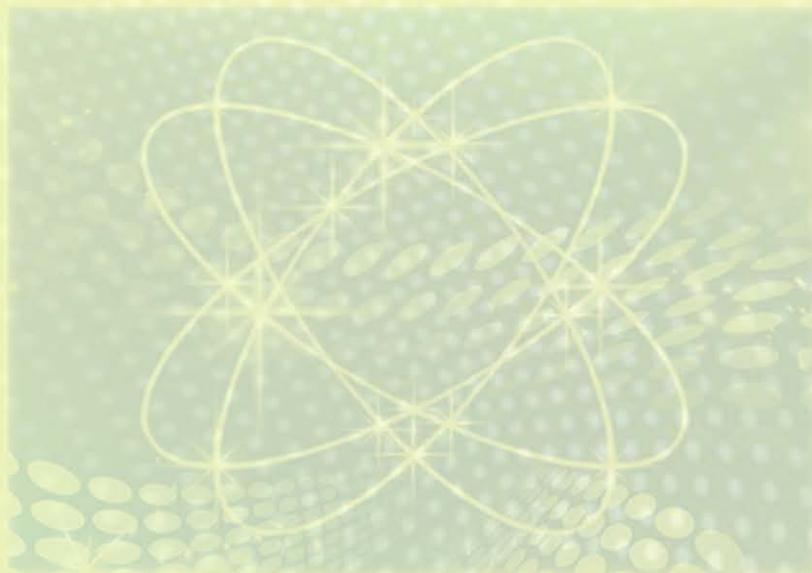


# 电视研究前沿 2013

任志明 主编



媒介研究前沿系列 总主编：刘海贵 任志明

# 电视研究前沿 (2013)

任志明 主 编

黄淑敏 符 箐 高 莹 副主编

本著作出版，

得到“中国博士后科学基金第五批特别资助”支持！

西北师范大学“知识与科技创新工程”科研骨干培育项目资助！

## 写在前面的话

我们身处“全球化”时代！

这样一个时代，更是“网络化”、“数字化”、“信息化”和“媒介化”时代！

这样一个时代，既五颜六色，又单调乏味；既五光十色，又百无聊赖；既五彩斑斓，又寂寞难耐……

这样一个时代，我们既寻求着变化，又难以适应周遭的变化；我们既追赶着变化，又时刻担心在“变化”中“被疏离”、“被隔膜”、“被边缘”，甚至“被淘汰”……

“不是我不明白，而是这世界变化快！”

其实，这样一个时代，“变化”是唯一不变的主题。

“全球化”所向披靡；“网络化”轰轰烈烈；“数字化”突飞猛进；“信息化”一路高歌；“媒介化”更是无孔不入……

媒介，人类的发明，现在却深刻地影响着人类；媒介，人类的创造，现在却似乎“再造”与“刷新”着人类；人类发明创造的传播工具和交流载体，无时不刻改变着我们人类自身。

很难想象，如果没有了更新换代的媒介，所谓的“全球化”会是怎样的情形？如果缺少了与时俱进的媒介，人类是否会进入所谓“网络化”、“数字化”、“信息化”时代？

我们的迷惑甚至困惑也正在于此，我们发明创造的媒介，极大地方便了我们的同时，是否也在很大程度上全面地“异化”着我们？！

身处这样一个时代，我们不得不深思：我们应该怎样应对“全球化”所向披靡的种种挑战？怎样面对“网络化”轰轰烈烈的迅猛来势？怎样适应“信息化”一路高歌的突飞猛进？怎样审视“媒介化”对我

们自身见缝插针、无孔不入的影响？

浩浩荡荡的时代潮流之中，到处弥漫着喧哗与躁动；到处充斥着傲慢与偏见；到处游荡者无知与冷漠；到处深藏着潜伏与暗算。与此相应的是，到处显摆和洋溢着虚拟的快乐、虚构的享受和虚妄的幸福；还有鼓吹的谎言，炒作的心机，利益的合谋，资本的雄心，权谋的指令……由此，梦想和失落如影随形，冲动和懊恼遥相呼应，野心和自虐瞬间转换，焦虑和郁闷在所难免！

凡此种种，尽可以理解，也尽可以不解！

我们该如何是好？！

没有更好的招数和路数，还是静下心来研究“它们”吧！

媒介研究，或许是解开这些迷惑与迷惘之锁的一把钥匙；或许是我们瞭望纷繁复杂世界的一叶窗扉；或许是我们进入深度深层思考的通幽曲径……

媒介研究，或许为我们找不到我们想要的答案，然而，至少可以让我们多彩的生活少一些谜团。

好，心动不如行动，马上行动吧，

媒介研究，开始了！

# 目录

写在前面的话

导言：电视研究扫描

## 一、电视理论研究

（一）电视理论体系的建构模式及理念变化

（二）电视理论的研究流派解析与概念拓新

（三）电视理论拓展的公益定位与市场优势

## 二、电视实务研究

（一）电视创意与策划研究

（二）电视拍摄与制作研究

（三）电视包装研究

（四）电视经营与管理研究

## 三、电视新闻研究

（一）电视新闻节目形态和类型

（二）电视新闻节目策划与编排

（三）电视新闻节目主持人要求

（四）电视新闻突发事件的报导

（五）电视新闻节目娱乐化探析

（六）网络新闻价值取向与特点

## 四、电视综艺节目研究

（一）发展现状：内容、模式与受众参与

（二）价值传播：价值、道德与经济利益

（三）品牌传播：节目、频道与主持风格

（四）策略研究：服务、监管与媒介素养

## 五、电视专题节目研究

（一）电视专题节目叙事模式研究

（二）电视专题节目采编方法研究

（三）电视专题节目配乐原则研究

## 六、电视栏目研究

（一）电视栏目的品牌塑造

（二）电视栏目的创新方式

（三）电视栏目的管理体制

（四）与新媒体的互动融合

## 七、电视频道研究

（一）电视频道的专业化探析

（二）电视频道品牌建构路径

（三）电视频道的科学性编排

（四）对外传播的理念新变化

（五）电视频道市场需求研究

## 八、电视受众研究

（一）电视受众的心理层面研究

- (二) 电视受众与节目平衡发展
- (三) 电视受众的逐步分化现象
- (四) 电视受众与节目创新关联
- 九、电视动画片研究
  - (一) 动画产业的发展、问题及其策略
  - (二) 动画产业的民族风格与美感营造
  - (三) 动画片不在同年龄段的传播效果
  - (四) 电视动画片形象创作的审美嬗变
- 十、电视纪录片研究
  - (一) 纪录片作品：生态传播及美学主潮
  - (二) 纪录片音乐与解说词：意境与境界
  - (三) 纪录片艺术特点：故事化巧妙叙事
  - (四) 纪录片文化：国家话语与品牌建构
- 十一、电视剧研究
  - (一) 电视剧类型
  - (二) 电视剧创作
  - (三) 电视剧批评
  - (四) 电视剧产业
  - (五) 电视剧受众
  - (六) 电视剧文化
  - (七) 电视剧发展趋势
- 十二、电视广告研究
  - (一) 电视广告的特点：传播迅速，覆盖面广
  - (二) 电视广告的现状：内容枯燥，缺乏创意
  - (三) 电视广告运营消费：全过程无忧虑服务
  - (四) 电视广告的新挑战：从新媒体到地方台
  - (五) 电视广告发展趋势：多元化的发展方向
- 十三、数字电视研究
  - (一) “三网融合”的发展问题研究
  - (二) 数字电视产业发展的问题研究
  - (三) 城市电视媒体的运营问题研究
  - (四) 国外数字电视发展的问题研究
- 十四、电视产业研究
  - (一) 电视产业发展的新机遇与新挑战
  - (二) 媒介融合背景下电视产业发展观
  - (三) 动画与纪录片产业的探索与发展
  - (四) 版权体系的建立与版权战略储备
  - (五) 电视产业存在的问题与发展机遇
- 十五、国外电视研究
  - (一) 电视节目全球流动及其理论进展
  - (二) 美国电视竞争格局及其策略借鉴
  - (三) 国外节目类型化分析与优劣分析
  - (四) 国外电视受众老龄化的应对策略
  - (五) 国外电视节目的本土化特色探析

## 十六、结语

### 电视理论研究

#### 一、电视理论体系的建构模式及理念变化

- (一) 中国电视理论体系形成的标志
- (二) 电视理论体系建构的四种模式
- (三) 电视理论研究理念的多维变化
- (四) 中西电视理论体系建构的差异
- (五) 电视理论的自觉：反思与对话
- (六) 电视文艺的学理重构与理念嬗变

#### 二、电视理论的研究流派解析与概念拓新

- (一) 美学流派研究呈现蓬勃态势
- (二) 电视批评概念拓新与再思考
- (三) 电视信息接受的主动权转移

#### 三、电视理论拓展的公益定位与市场优势

- (一) 公益定位的去功利化
- (二) 资源优势转为市场优势

#### 四、结语

### 电视创意与策划研究

#### 一、节目分类：访谈中心化、娱乐草根化、新闻细节化

- (一) 访谈节目：主持人中心制，优秀团队配合
- (二) 娱乐节目：贴近草根阶层，保持创新活力
- (三) 新闻节目：注重策划细节，提高现场意识

#### 二、节目定位：社会责任重塑与地方文化构建

- (一) 泛娱乐化时代媒介社会责任重塑
- (二) 地方文化特色构建电视节目定位
- (三) “少年”节目去除教化，理解童真
- (四) 升级全民传媒娱乐化的受众路线

#### 三、节目选题：稳抓独到角度与提高时效价值

- (一) 注重切入点的剖析
- (二) 提高时效性的价值

#### 四、节目风格：节目策划核心与主持风格定位

- (一) 坚持价值取向与风格的新颖
- (二) 主持人形象设计与风格定位

#### 五、结语

### 电视拍摄与制作研究

#### 一、3D 电视节目的技术与发展趋势

- (一) 3D 技术与 3D 摄像机
- (二) 3D 电视节目拍摄的技巧
- (三) 3D 电视节目制作的流程
- (四) 3D 电视节目特点与不足
- (五) 3D 电视节目发展及对策

#### 二、电视公用信号“6+1”制作模式

- (一) 电视公用信号“6+1”制作模式概念及特点
- (二) 电视公用信号“6+1”制作模式的特殊之处

### 三、电视画面拍摄技巧与制作研究

- (一) 画面拍摄的方法
- (二) 拍摄要求和特点
- (三) 舞台拍摄的技巧
- (四) 特殊设备的运用
- (五) 电视节目的制作
- (六) 编导意识及必备条件

### 四、电视节目拍摄与制作再新认识

- (一) 电视访谈节目
- (二) 高标清电视节目
- (三) 公交移动电视节目
- (四) 全台网环境下的节目制作
- (五) 节目制作经验技巧与营销创新

### 五、电视业改革新趋势：制播分离

### 六、结语

## 电视包装研究

### 一、品牌时代频道包装的色彩、理念和策略

- (一) 电视频道包装的色彩构成：搭配、象征与韵律
- (二) 品牌时代频道的包装理念：“专”、“精”、“新”
- (三) 品牌战略下频道包装策略：从规范化到多元化

### 二、形象包装的宣传效应与多元化路径分析

- (一) 电视媒体形象包装要素
- (二) 电视包装中的宣传效应
- (三) 包装设计的多元化路径
- (四) 城市台品牌形象的包装

### 三、节目全新的艺术风格：美与宣传的结合

- (一) 电视节目包装：美与宣传的结合
- (二) 打造全新的包装风格和包装艺术

### 四、电视栏目前景：品牌效应与专业化包装

- (一) 优秀地方性栏目的启示——特色定位与品牌效应
- (二) 电视栏目包装的未来发展——创意与专业化包装

### 五、结语

## 电视经营与管理研究

### 一、发展现状：电视经营的局限

- (一) 线性传播的局限性
- (二) 传播信息总量有限
- (三) 被盗播的突出现象
- (四) 收视结构发生转变
- (五) 限制令下广告重创
- (六) 人才分流现象严重

### 二、发展模式：从宣传到服务

- (一) 由播出平台向内容集成服务平台升级
- (二) 由运营模式转向收入整合营销新模式
- (三) 传统电视打造台网一体化新媒体战略

- (四) 加快实行市场化的运营与资本化运作
- (五) 建立全媒体生产传播效果监测评估体系

### 三、发展策略：集团化与多元化

- (一) 做好品牌活动，建立品牌影响力
- (二) 寻找自身优势，形成差异化竞争

从经营管理角度讲，电视媒体的战略管理目标就是取得竞争优势，在此意义上，电视媒体的经营战略就是竞争战略。美国著名的战略管理学家迈克尔波特提出了三种基本竞争战略，一种是成本领先战略，一种是差异化战略，还有一种是集中化战略。电视媒体是信息和精神产品的生产传播部门，产品和服务的特殊性很适宜运用差异化竞争战略

- (三) 满足受众需求，提高传播利用率
- (四) 集团化的战略，实现规模性经营
- (五) 多元经营模式，获取多元化收入
- (六) 创新管理理念，贯彻转型期政策

### 四、理念创新：整合资源与机制

- (一) 由封闭式管理转向开放式管理
- (二) 由僵化型管理转向人本型管理
- (三) 由控制型管理转向服务型管理

### 五、结语

## 电视新闻研究

### 一、电视新闻节目形态和类型

- (一) 直播新闻
- (二) 读报新闻
- (三) 民生新闻

### 二、电视新闻节目策划与编排

- (一) 客观性原则
- (二) 新颖性原则
- (三) 新闻的编排

### 三、电视新闻节目主持人要求

- (一) 新闻节目主持人的素养构成
- (二) 新闻节目主持人体态语运用

### 四、电视新闻突发事件的报导

- (一) 突发事件报导
- (二) 电视直播在突发事件报道中的运用

### 五、电视新闻节目娱乐化探析

### 六、网络新闻价值取向与特点

- (一) 网络新闻的价值取向
- (二) 微博新闻传播的特点

### 七、结语

## 电视综艺节目研究

### 一、发展现状：内容、模式与受众参与

- (一) 节目内容的娱乐化、低俗化
- (二) 节目模式的全球化、本土化
- (三) 受众参与的平民化、狂欢化

- 二、价值传播：价值、道德与经济利益
- 三、品牌传播：节目、频道与主持风格
- 四、策略探究：服务、监管与媒介素养
- 五、结语

#### 电视专题节目研究

- 一、电视专题节目叙事模式研究
  - (一) 故事化叙事模式
  - (二) 叙事模式创新化
- 二、电视专题节目采编内容研究
  - (一) 题材：宽阔视野
  - (二) 编辑：强化细节
  - (三) 技巧：引入悬念
- 三、电视专题节目配乐原则研究
  - (一) 音乐元素的作用
  - (二) 音乐配乐的原则
- 四、结语

#### 电视栏目研究

- 一、电视栏目的品牌塑造
  - (一) 电视栏目品牌塑造的发展现状
  - (二) 电视栏目品牌塑造的四个关系
  - (三) 电视栏目品牌塑造的重要环节
- 二、电视栏目的创新方式
  - (一) 栏目传播方式的创新
  - (二) 电视新闻栏目的创新
  - (三) 电视娱乐栏目的创新
- 三、电视栏目的包装探析
  - (一) 强调整体意识
  - (二) 做好前期工作
  - (三) 形式大胆创新
  - (四) 建立资料储备库
  - (五) 构建维护体系
- 四、电视栏目的管理体制
  - (一) 栏目运营中心制
  - (二) 栏目整合频道制
  - (三) 栏目布局集群制
  - (四) 栏目人员聘用制
- 五、与新媒体的互动融合
  - (一) 交互与融合逐步增多
  - (二) 借力新媒体造势推广
  - (三) 三网融合带来的挑战
- 六、结语

#### 电视频道研究

- 一、电视频道的专业化探析
  - (一) 专业化的动因和作用

- (二) 专业化的问题和缺陷
  - (三) 频道专业化发展策略
- 二、电视频道品牌建构路径
  - (一) 品牌构建的定位理念
  - (二) 频道品牌构建的方式
  - (三) 频道品牌的经营方略
  - (四) 品牌构建存在的问题
- 三、电视频道的科学性编排
  - (一) 科学性编排的重要
  - (二) 科学性编排的策略
  - (三) 科学性编排的因素
  - (四) 科学性编排的创新
- 四、对外传播的理念新变化
  - (一) 区域特色突出，专业定位发展
  - (二) 海外传播背后的语言文化差异
  - (三) 我国电视对外传播理念的变化
- 3、运营理念
- 五、电视频道市场需求研究
  - (一) 研究产品属性，找准研发方向
  - (二) 研究市场需求，站稳利基市场
  - (三) 研究同类产品，寻找差异需求
- 六、结语
- 电视受众研究
  - 一、电视受众的心理层面研究
    - (一) 电视受众的消费心理
    - (二) 电视受众的接受心理
    - (三) 电视受众的心理需求
  - 二、电视受众与节目平衡发展
    - (一) 电视创作与受众脱节
    - (二) 受众收视行为的变迁
  - 三、电视受众的逐步分化现象
    - (一) 主导模式下的多样化
    - (二) 电视媒介的受众分化
  - 四、电视受众与节目创新关联
  - 五、结语
- 电视动画片研究
  - 一、动画产业的发展、问题及其策略
    - (一) 迅速扩张与理性收缩并存
    - (二) 本体文化缺失与质量低下
    - (三) 体系建设与产业链的完善
  - 二、动画产业的民族风格与美感营造
    - (一) 民族风格迥异
    - (二) 艺术营造美感
  - 三、动画片不在同年龄段的传播效果

- (一) 对儿童的影响：暴力因素探讨
- (二) 对青少年的影响：凝视与模仿
- (三) 从情节低幼走向全年龄段发展

#### 四、电视动画片形象创作的审美嬗变

- (一) 英雄形象的嬗变
- (二) 创作主题的流变

#### 五、结语

### 电视纪录片研究

#### 一、纪录片作品：生态传播及美学主潮

- (一) 纪录片发展历程及作品研究
- (二) 纪录片生态传播与创作活力
- (三) 中国纪录片美学主潮之流变
- (四) 纪录片转型与发展路径创新

#### 二、纪录片音乐与解说词：意境与境界

- (一) 纪录片音乐：情感与意境的体现
- (二) 纪录片解说：发展脉络与“境界”创作
- (三) 运动构图的主观意识与真实表达

#### 三、纪录片艺术特点：故事化巧妙叙事

- (一) 故事化的叙事手法
- (二) 巧妙构思与真实性
- (三) 纪录片的宏阔视野
- (四) 叙事空间结构分析

#### 四、纪录片文化：国家话语与品牌建构

- (一) 纪录片塑造与传播国家形象
- (二) 国家话语唤起民族身份认同
- (三) 纪录片传播与提升传统文化

#### 五、纪录片的类型嬗变与经典个案分析

- (一) 文化纪录片
- (二) 现实题材纪录片
- (三) 主旋律纪录片
- (四) 历史文献纪录片
- (五) 少数民族题材纪录片
- (六) 自然科学纪录片
- (七) 美食纪录片
- (八) 体育科学纪录片

#### 六、结语

### 电视剧研究

#### 一、电视剧类型

- (一) 电视剧类型化创作及叙事演变
- (二) 电视剧类型化生产与跟风复制
- (三) 市场化角度看题材类型的变化
- (四) 电视剧类型的特点与产生原因
- (五) 电视剧类型化创作的意义生产

#### 二、电视剧创作

- (一) 电视剧创作的日新月异
- (二) 人物形象塑造的嬗变历程
- (三) 革命历史题材电视剧创作
- (四) 电视剧成功创作经验分析
- (五) 电视剧的创新突破与多元
- (六) 艺术创作的叙事感知特性
- (七) 电视剧创作的价值观凸显
- (八) 电视剧创作现实艺术特性
- (九) 主流价值观的艺术追求
- (十) 电视剧创作流弊的思考

### 三、电视剧批评

- (一) 电视剧批评活动的价值坐标
- (二) 电视剧本体批评模式的建构

### 四、电视剧产业

- (一) 产业的现状与走向
- (二) 电视剧产业化发展
- (三) 电视剧的文化产业
- (四) 电视剧产业链问题与对策

### 五、电视剧受众

- (一) 分化的观众差异的文化
- (二) 受众批评模式逐步改变
- (三) 营销模式与大众传播
- (四) 受众观剧路径及其策略
- (五) 电视历史剧受众的再创造

### 六、电视剧文化

- (一) 电视剧的文化评价体系构建
- (二) 批评话语中主旋律内涵流变
- (三) 电视剧的文化价值取向坚守
- (四) 中国电视剧的海外战略传播
- (五) 电视剧的地域文化养成意义

### 七、电视剧发展趋势

- (一) 中国电视剧的现状与创新策略
- (二) 新媒体环境对中国影视的影响
- (三) 新媒体时代电视剧的应对之策

### 八、结语

## 电视广告研究

- 一、电视广告的特点：传播迅速，覆盖面广
- 二、电视广告的现状：内容枯燥，缺乏创意
  - (一) 明星代言现象普遍，忽视产品本身的质量
  - (二) 广告量大，播出集中，难以给人美的享受
  - (三) 内容枯燥，解说词多，画面细节不够精美
  - (四) 缺乏创意，形式雷同，难以给观众新鲜感
- 三、电视广告运营消费：全过程无忧虑服务
  - (一) “全过程无忧虑服务”概念的引入

(二)“全过程无忧虑服务”的营销模式

#### 四、电视广告的新挑战：从新媒体到地方台

(一) 来自新媒体的挑战

(二) 来自地方台的威胁

#### 五、电视广告发展趋势：多元化的发展方向

(一) 以信用为力量，满足受众情感诉求

(二) 以创新为核心，全面发挥产品特质

(三) 深层次扩大知名度，树立企业形象

#### 六、结语

### 数字电视研究

#### 一、“三网融合”的发展问题研究

(一) 发展优势——互动与融合

(二) 电视定位——家庭信息数码港

(三) 新的挑战——交互式服务与混合电视业务

(四) 主导力量——国家政策

#### 二、数字电视产业发展的问题研究

(一) 建设智慧城市电视平台

(二) 精化数字电视影像节目

(三) 建立数字版权保护技术

(四) 收视调查新体系的建立

(五) 完善数字电视基础建设

#### 三、城市电视媒体的运营问题研究

(一) 发挥频道制优势，加强本土原创性

(二) 新媒体公共服务策略——因地制宜

(三) 实现双向互动——快速抢占市场

(四) 付费频道——增强特色，降低价格

(五)“U 互动”电视平台——以用户为中心

#### 四、国外数字电视发展的问题研究

(一) CCTV-4 落地美国的机遇与挑战

(二) 中国国际传播的重要突破口：非洲

(三) 俄罗斯数字电视运营模式研究

(四) 英国电视媒体——跨入 TV2.0 时代

#### 五、结语

### 电视产业研究

#### 一、电视产业发展的新机遇与新挑战

(一) 三网融合背景下电视产业发展

(二) 三网融合下的全媒体营销建构

(三) 版权体系建立与资源战略储备

#### 二、媒介融合背景下电视产业发展观

(一) 新媒体电视内容产业升级

(二) 网络化电视产业链的打造

(三) 电视产业体制创新与完善

#### 三、动画与纪录片产业的进取与发展

(一) 电视动画精品呈现百花齐放

- (二) 纪录片产业呈蓬勃发展之势
  - 四、 版权体系的建立与版权战略储备
    - (一) 版权管理是电视产品商品化的重要前提
    - (二) 版权管理是电视台内部管理的基础制度
    - (三) 版权管理是维护市场规范化的基础条件
    - (四) 版权管理是实现节目价值最大化的途径
  - 五、 电视产业存在的问题与发展机遇
  - 六、 结语
- 国外电视研究
- 一、 电视节目全球流动及其理论进展
    - (一) 美国电视霸权的实证研究
    - (二) 意识形态学派的批评模型
    - (三) 国际经济学派的研究模型
  - 二、 美国电视竞争格局及其策略借鉴
    - (一) 三大电视网现状及格局
    - (二) 有线电视台现状及格局
    - (三) 地方电视台现状与格局
    - (四) 美国电视传播策略借鉴
  - 三、 国外节目类型化分析与优劣分析
    - (一) 新闻类节目的制作优势及不足
    - (二) 美国电视时评节目策略与思考
    - (三) 科教类节目制作亮点及其创新
    - (四) 美国电视美食节目的成功之道
    - (五) 国外电视剧的发展模式及启示
    - (六) 美国犯罪剧的叙事形态与特征
  - 四、 国外电视受众老龄化的应对策略
    - (一) 日本电视观众数量的上扬
    - (二) 强调信息实用及心理抚慰
  - 五、 国外电视节目的本土化特色探析
    - (一) 国外电视节目“本土化”移植
    - (二) 国外电视行业自律模式探索
  - 六、 结语

# 导言：电视研究扫瞄

2012 年度的电视研究，在其领域内的各个角度、各个层面都展开了丰富多样、生动活泼的探索。电视理论建构已有所深入，电视实务研究视野更加开阔，研究面更加拓宽。各类型的电视节目研究不泛许多热点和亮点。电视栏目研究更加重视个性化发展，电视频道研究注重专业化频道的构建各品牌的塑造，电视受众研究继续深入到受众心理层面展开探究。电视剧研究仍是电视研究领域的“重头戏”。学界和业界对电视广告研究、数字电视研究和国外电视研究也投入了更多的关注。

## 一、电视理论研究

2012 年研究者对电视理论研究展开了丰富的研究，对电视理论体系的构建和理念的变化进行了探析，并对电视理论研究的流派进行了解析，对概念进行了拓新认识。同时，对电视理论的公益定位和市场优势进行了讨论和展望。随着电视理论发展趋向的思考越来越深入，电视研究理念从单纯地引用借鉴国外电视理论，到在冲突与协商对话与抵制中内化为自身的修养和理论创造力，最终发展为对中华文化与文化工业融合后的大众文化的认同与建构，形成了中国电视文化研究的独特路径和景观。

### （一）电视理论体系的建构模式及理念变化

电视理论体系的建构是对电视理论建构的一种反思过程，这其中对中外理论体系建构自身的反思尤为重要。通过比较，提出真正的理论体系应该是一种开放的、对话式的理论体系，具有极大的兼容性，能保持理论的青春活力。

#### 1、中国电视理论体系形成的标志

理论体系的形成需要满足三个条件：要突出强调理论的现实感或现实性；内容与体系应该是有机联系的；理论体系建构是一种建构——解构——重构的否定之否定。中国电视理论体系的形成有三个标志：第一，电视批判框架初步形成；第二，理论反思成为常态；第三，研究方法相对健全<sup>①</sup>。

#### 2、电视理论体系构建的四种模式

研究者从历史的角度出发，对电视理论体系的建构进行解读，提出目前的电

---

<sup>①</sup> 参见刘枫：《中国电视研究发展阶段与理论体系形成标志》，《湖南大众传媒职业技术学院学报》2012 年第 9 期。