

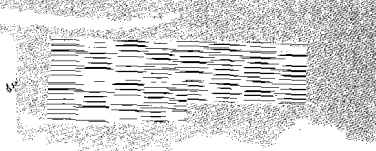
范文德

编著

电视专题传播学

DIANSHI ZHUANTI CHUANBOXUE

电视专题属于有较高文化含量的精英文化类节目，它的传播对于社会主体价值观的形成、对于社会舆论氛围的营造，对于历史文化的传承以及大众审美趣味的提升都有着重要的意义，因此本书将此作为一种传播现象进行研究，内容涉及电视专题的基
本属性、发展历史、传播类型、传播价值、传播符号、传播思想、传播艺术等。



电视专题传播学

DIANSHI ZHUANTI CHUANBOXUE

范文德



- ◎ 电视专题传播总论
- ◎ 电视专题传播类型
- ◎ 电视专题传播历史
- ◎ 电视专题与舆论引导
- ◎ 电视专题与人文关怀
- ◎ 电视专题与文化遗产
- ◎ 电视专题与审美教育
- ◎ 电视专题与纪实美学
- ◎ 电视专题与栏目策划
- ◎ 电视专题的传播艺术



甘肃民族出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电视专题传播学 / 范文德编著. — 兰州 : 甘肃民族出版社, 2010.2
ISBN 978-7-5421-1678-9

I. ①电… II. ①范… III. ①电视节目—传播学—研究 IV. ①G222.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第021875号

书 名: 电视专题传播学
作 者: 范文德 编著
责任编辑: 路 文 王媛媛
封面设计: 张广浩 王林强
出 版: 甘肃民族出版社 (730030 兰州市南滨河东路 520 号)
发 行: 甘肃民族出版社发行部 (730030 兰州市南滨河东路 520 号)
印 刷: 兰州瑞昌印务有限责任公司 (兰州市定西南路二支路 134 号)
开 本: 880 毫米 × 1230 毫米 1/32 印张 9 插页 2
字 数: 230 千
版 次: 2010 年 4 月第 1 版 2010 年 4 月第 1 次印刷
印 数: 1 ~ 1 000
书 号: ISBN 978-7-5421-1678-9
定 价: 27.00 元

甘肃民族出版社图书若有破损、缺页或无文字现象, 可直接与本社联系调换。

邮编: 730030 地址: 兰州市南滨河东路 520 号 网址: <http://www.gansumz.com>

投稿邮箱: liuxintian@yahoo.com.cn

发行部 葛慧 联系电话: 0931-8773271 (传真) E-mail: gsmzgehui3271@tom.com

版权所有 翻印必究

绪论

英国首相丘吉尔曾经说过这样的话：“我宁肯不要印度，也不能没有莎士比亚。”为什么被称为大不列颠皇冠上宝石的印度，比不上一位剧作家呢？因为莎翁留给英国后世与整个世界的人文主义思想及其动人心魄的文学渗透力、精神价值远远超过了殖民地印度所带来的经济价值。

古往今来，任何一个大国如果只有强权武力与巨大财富，而没有高度发展的思想文化与文学艺术，它就不能成为名副其实影响世界的大国。英吉利、法兰西、德意志与俄罗斯之所以能够崛起和傲视世界，不仅因为她们拥有强盛国力，而且因为在文化艺术方面拥有一大批思想高深、成就卓越的思想家、学问家与艺术家。

思想、文化、艺术之所以对一个国家的发展如此重要，是因为它们是熏陶人类心灵和提升国民素质的重要因素。著名作家冯骥才说：“文化似乎不直接关系到国计民生，但却直接关系到民族的性格、精神、意识、思想、语言和气质。抽出文化这根神经，一个民族将成为植物人。”

当代世界，文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉、越来越成为综合国力竞争的重要因素，文化观念对社会生产有着越来越重要甚至根本性的决定作用，虽然文化观念不直接介入具体的社会生产，但却可以通过提高人的综合素质，改变人们认知自然和社会的方式，有力地推动生产力的发展。文化是民族的血脉和灵魂，是国家发展、民族振兴的重要支撑。每一个现代化国家都把文化作为推动社会

发展进步的重要力量。一个民族的觉醒首先是文化的觉醒,一个国家的强盛离不开文化的支撑。文化是国家核心竞争力的重要因素,谁占据了文化发展的制高点,谁拥有了强大的文化软实力,谁就能够在激烈的国际竞争中赢得主动。

文化之所以有如此大的能量,就在于文化本身的价值意义:文化是人类脱离自然的标志之一,文化表达了一定的意义,包含了一定的价值判断,得到普遍认可的意义和判断形成了社会规范,因此,文化就具备了教育人、培养人的重要功能,通过文化的培育,可以把一个自然人改造成为一个合格的社会成员。基于此,民族整体文化的建设,就成为一项意义远大的文化战略,因为这不是一代人的问题,而是几代人持续发展的历程。未来的国际竞争,不是一个民族、一个国家在一技一术上的较量,而是一个民族、一个国家在整体文化素质上的较量,综合国力正是建立在这种整体文化素质的基础上。整体文化素质,是一个民族、一个国家具有深厚的魅力和远大前途的精魂及源泉之所在。

一个民族的文化凝聚着这个民族对世界、对生命的历史认知和现实感受,积淀着这个民族最深层的精神追求和行为准则。古往今来,每一个伟大的民族都有自己博大精深的文化,每一个现代国家都把文化作为推动社会发展进步的重要力量。文化是凝聚民族精神的一条特殊纽带,深深熔铸在民族的血脉之中,始终是国家发展和民族振兴取之不尽、用之不竭的力量源泉。源远流长的中华文化是中华民族生生不息、国脉传承的精神纽带,是实现民族复兴的重要标志和推动力量,只有把人民群众中蕴藏的文化创造热情和活力最大限度地激发出来、凝聚起来,不断提高全民文化素质,才能提升国家文化软实力,真正实现中华民族的伟大复兴。

当前,随着我国人民物质生活水平的不断提高,人们在精神文化方面的需求也日趋旺盛,求知、求乐、求美的愿望更加强烈,健康的文化产品和丰富的精神享受,能够陶冶情操、愉悦身心、温润心灵,可以充

实精神世界、提高生活质量、舒缓心理压力,促进人的全面发展。因此,只有大力发展文化事业,让百姓享受丰富多彩的“文化盛宴”,才能充分体现发展文化软实力这个硬道理。

文化是活的生命,只有发展才有持久的生命力,只有传播才有巨大的影响力。文化的影响不仅取决于内容和形式是否具有独特魅力,而且取决于传播能力的强弱。当代大众传媒中的电视媒体被誉为 20 世纪的伟大发明之一。“television”英文直译为“从远处看”,它的出现改变了人们了解世界、认识世界的途径和方式,电视在给社会带来巨大冲击和影响的同时,也把自己推上了世界“第一传媒”的崇高地位,对人类社会的发展产生着不可估量的作用。

美国政治学家,传播学理论的开创者之一拉斯韦尔曾经指出,公众通讯工具具有三项主要功能:

(1)对社会环境加以监视。这就是哨兵的警卫作用。在古代社会,这一任务通常是由一个人或一小群人来巡视丛林,监视危险或环境的变化。在一个复杂的现代社会,则由公众通讯工具告诉大家发生了什么情况,使我们对环境的变化提高警惕。

(2)帮助协调社会各部分的关系,以适应新的环境。这简单地表明,通讯工具应对哨兵获得的材料(即新闻信息)加以解释。通讯工具在它们的新闻分析、解释性报道或电视的特别报道中进行这项工作。

(3)至少应当对于社会文化财富的代代相传担负一部分责任。在穷乡僻壤,教育是靠口传心授的,老人向青年讲述历史故事和传授技能。在一个工业社会,这一教育职能主要是通过书籍、电影、录音带和报刊来完成。

这个理论在根本上指出了大众传媒的社会功能,作为大众传媒的一部分,电视媒体具有新闻传播、社会教育、文化娱乐、服务广告等社会功能,电视的这几种功能通过电视新闻节目、电视专题节目、电视文艺节目、电视服务节目予以反映。这其中,电视专题节目承担着社会教

育与文化传承的重要功能,在当代文化传播的现有格局中,电视专题节目的创作与传播对于社会伦理德行的培养,对于民族精神和素质的提升有着重要的影响,不论是一个民族的优秀文化遗产、伦理道德,还是社会进步和发展而形成的新文化规范,都有赖于大众传播媒介锲而不舍地进行“潜移默化”的熏陶。这种功能不是立竿见影,而是日积月累地影响着社会公众的精神领域,诸如价值观念、思想修养、伦理道德、审美情趣以至于心理结构等等方面,电视专题节目在社会文化的传承与传播中,正在发挥着其积极的作用。

电视专题节目,顾名思义就是利用电视传播手段,集中阐述一个专门拟定的主题,通过较大的节目容量,比较全面、概括、深入地反映事物发展过程和背景以及事件产生深远意义的纪实性节目形态。中国电视事业诞生于1958年5月1日,从其播出之日起,就有了电视专题节目的创作与传播,到了20世纪80年代,电视专题由于大批优秀节目的涌现形成了一个传播热潮,这其中的代表作品有《丝绸之路》、《话说长江》、《话说运河》、《望长城》等,这一大批作品由于其鲜明的创作风格以及对社会人生问题的普遍关注,而赢得了社会大众的广泛欢迎,产生了深远的影响。20世纪90年代以后,由于大量新闻专题节目及栏目的涌现,又为电视专题节目的蓬勃发展注入了新的活力,从此以后,电视专题节目的创作推陈出新、迅猛发展,迄今为止已经形成了众多的节目类型与栏目风格,拥有了广泛的受众群体,在社会舆论引导及文化传承领域发挥了重大的功效。

当前,随着我国市场经济的发展,大多数媒体已经实行了产业化经营,不少媒介在激烈的市场竞争中追名逐利,传播内容为“眼球经济”所制约,仅仅满足于迎合受众的感官需要,于是出现了传媒泛娱乐化、综艺化、消费主义化的趋势,大众传媒的文化品质正在面临越来越多的考验。如果长此以往,会对优秀文化的传承,先进文化的建设和大众审美品格的建构带来消极的作用,影响我国精神文明建设的发展。

电视专题节目是具有一定的舆论引导价值、文化传承价值和审美教育价值的节目,属于大众传媒精英文化的范畴,它的传播,无论对于我国民族文化的传承,还是大众审美价值体系的建构都有着积极和深远的意义。目前我国以中央电视台为代表的主流电视媒体依然坚持自己固有的文化品格,在其节目传播中保留了大量的电视专题栏目和节目,为提升电视节目的文化水准正在做着孜孜不倦的努力,随着我国国民素质的逐渐提升,观众的审美品味会逐渐提升,人们对具有丰富文化知识和精神内涵的电视专题节目会有更加强烈的需求,因此,电视专题节目传播有着广阔的发展前景。

基于以上认识,本书将电视专题做为一种传播现象,对其进行系统的审视与研究,在研究中运用传播学、新闻学、文艺学、美学等众多学科的思路和方法,全面梳理电视专题传播的诸多现象、思潮、理论、方法、媒介符号和传播通道、受众及传播效果等问题,希望通过以上思考和辨析,能够构筑出有关电视专题传播理论的构架,从而指导我国电视传播实践的更好发展。

由于作者学识有限,书中认识不清的问题还期待读者朋友能不吝赐教,感谢!

作者 范文德
2010年春节

目 录

绪论	001
第一章 电视专题传播总论	001
第一节 电视节目对社会生活的重要影响 / 001	
第二节 电视专题节目概述 / 004	
第三节 电视专题节目的传播特征 / 007	
第二章 电视专题传播类型	028
第一节 电视新闻专题节目 / 029	
第二节 电视社教专题节目 / 032	
第三节 电视文艺专题节目 / 038	
第四节 电视服务专题节目 / 042	
第三章 电视专题传播历史	049
第一节 我国电视专题的初创时期 / 049	
第二节 我国电视专题的成型时期 / 051	
第三节 我国电视专题的发展时期 / 059	
第四节 当前我国电视专题的传播特色 / 062	

第四章 电视专题与舆论引导	069
第一节 舆论传播机制研究 / 069	
第二节 大众传媒与舆论引导 / 072	
第三节 电视专题与舆论引导 / 075	
第五章 电视专题与人文关怀	080
第一节 人文关怀的内涵与历史渊源 / 080	
第二节 大众传播中的人文关怀 / 089	
第三节 电视专题与人文关怀 / 090	
第六章 电视专题与文化传播	097
第一节 文化的基本概念 / 097	
第二节 当代中国文化的主要构成 / 101	
第三节 电视专题与文化传播 / 106	
第七章 电视专题与审美教育	121
第一节 审美的基本概念 / 121	
第二节 审美教育的意义 / 126	
第三节 电视专题与审美教育 / 129	
第八章 电视专题与栏目研究	143
第一节 电视专题的栏目化传播 / 143	
第二节 专题节目栏目化传播的优势 / 146	
第三节 专题栏目的品牌化传播 / 148	
第九章 电视专题与节目策划	156
第一节 电视节目策划概念 / 156	

第二节	电视节目策划的意义 / 160	
第三节	电视专题节目策划 / 164	
第十章	电视专题与纪实美学思想	173
第一节	纪实主义美学的概念与内涵 / 173	
第二节	纪实美学思想的重要影响 / 178	
第三节	纪实美学思想与专题节目编导 / 180	
第十一章	电视专题传播构成	185
第一节	电视专题传播主体 / 185	
第二节	电视专题传播符号 / 194	
第三节	电视专题传播语言 / 220	
第十二章	电视专题节目编导艺术	233
第一节	电视新闻专题节目编导 / 234	
第二节	电视社教专题节目编导 / 240	
第三节	电视文艺专题节目编导 / 253	
第四节	电视服务专题节目编导 / 268	
参考文献		276

● 第一章

电视专题传播总论

第一节 电视节目对社会生活的重要影响

加拿大传播学者麦克卢汉指出:一切传播媒介都在彻底地改造我们,它们在私人生活、政治、经济、美学、心理、道德、伦理和社会各方面的影响是如此普遍深入,以致我们的一切都与之接触,受其影响,为其改变。媒介即讯息,作为大众传媒之一的电视,从1936年11月2日诞生起,就给人类生活带来了深刻的影响。电视不但走进了人们的家庭,而且还影响和改变了人们的生活方式,电视对社会生活具有无法估量的控制力,这是从前人们所难以预料的。

电视以其巨大的冲击力和作用力,不但改变着社会的政治、经济、文化,还改变着人们的日常生活、日常生活中的习惯。电视的诞生和普及,满足了人们把家庭这一最宽松、最温馨的生活空间作为声像体验的场所,而把另外一种具有外出行动意义的、可以提供完全不同于家庭空间的声像体验场所的电影院忘在脑后。形象地说,电视的一个直接的、实实在在的作用就是它给我们的起居室增添了一扇神奇的窗户,有了这扇窗户,人们只要按一下开关,就可以看到整个世界,电视把世界和人的日常生活纳入在图像和信息的包围之中。电视改变了人类文化的传播方式,电视使人们的感知器官得以延伸和扩展,把大

众对于世界的关心提高到一个尽可能的程度。

电视把过去只能在剧场、影院、体育场、文化宫才能看到的戏剧、电影、体育比赛、文艺演出等等带到人们的每个家庭,人们可以随时随地欣赏到各种高水平的文艺节目和体育竞技。电视把各种社会问题的节目带到各个家庭,让每一个人参与到政府、法律、社区的事务之中并发表各自的意见。电视把各类时尚带到每个家庭,使人们在生活方式、生活态度、消费观念等方面悄悄发生变化。因为电视,人们的日常生活中多了许多共同关心的话题,有了更多知识信息的交流,有了更多思想观念的沟通。

从社会发展角度来看,电视传媒的信息传播与思想沟通,对于提高民族的整体文化素质有着重要的作用。据统计,我国有可能看到电视的12亿多人口中包括文盲半文盲,电视成为很好的普及科学文化知识的工具。先进的电视文化具有我国社会主义初级阶段文化的一种属性——启蒙性,这是解决文明与愚昧的矛盾,提高民族素质的重要手段之一。对于电视受众来说,他们接触社会,不光是在日常的劳动和社会交往中,而是通过大众传播媒介,尤其是通过电视传媒而大开眼界,从而更加密切地接触社会、融入社会,在个人的社会化当中,潜移默化地接受了先进电视文化的熏陶,接受了包括价值观念、审美观念、道德观念、思想方式、行为方式、生活方式等方面的影响,最终形成适应于现代化社会发展的价值理念和精神世界。

据北京师范大学所做的调查报告《电视文化对北京地区未成年人影响的调研与思考》显示:

“崇拜对象是人生价值观的重要体现。在未成年人的成长中,偶像常常扮演了引路人的角色,对他们的成长起到正面或负面的指导作用。本次调查中,除‘现在还没有’崇拜的对象外,北京地区未成年人心目中崇拜对象的职业分布呈现了多元化的特征,较为集中于‘科学家’、‘歌星’和‘企业家’。而在北京地区未成年人的择业期望中,选择率较

高的前三项分别为白领职员、科技工作、演员(歌手)或影视工作。数据表明,崇拜对象与未成年人的择业期望之间有着很强的呼应关系。在电视媒体传播的内容对未成年人价值判断的即时影响研究中,调查表明,电视新闻对于好人好事的报道会使大多数(83.7%)未成年人受到感染,并对他们产生正面影响。”可见,当大众传媒进行主导价值观传播时,对未成年人的社会意识具有强效的正面助推作用。一定的传媒控制和正面引导可以提高整个社会的整合力和凝聚力,教育未成年人,为社会的稳定和发展提供有力保障。

联合国教科文组织领导的国际交流问题研究委员会 1980 年完成的报告《多种声音,一个世界》阐述了当代大众传媒的主要功能:

(1)获得消息情报:收集、储存、整理和传播必要的新闻、数据、图片、事实和消息、意见和评论,以便对个人的、周围环境的、国家的和国际的情况获得了解和做出有见识的反映,并能做出适当的决定。

(2)社会化:提供知识的公共积累,使人们能在其生活的社会中作为该社会的有效成员从事活动,并增强人们的社会联系和社会意识,从而使他们积极参加公共生活。

(3)动力:促进各个社会的当前目标和最终目标,激励人们的个人志愿和理想;鼓励为实现共同商定的目标而进行的个别活动或社会活动。

(4)辩论和讨论:为便利达成一致意见或澄清对社会问题的不同观点而提供和交流必要的事实,为促进人们对一切共同关心的当地的、本国的和国际的问题产生更大的兴趣和普遍参与而提供所必需的有关事实根据。

(5)教育:传播知识以便促进智力的发展,培养人的品格,并使人在人生各个阶段获得各种技能和能力。

(6)发展文化:传播文化艺术作品,以保存历史遗产;通过开阔人们的视野、唤起人们的想象力和激起人们对美学的需要与创造力来发

展文化。

(7)娱乐:通过标记、符号、声音和形象来传播戏剧、舞蹈、艺术、文学、音乐、喜剧、体育、游戏等,使个人和集体得到娱乐和享受。

(8)一体化:使所有的个人、集团和国家得到所需要的各种不同的信息,以便相互了解和认识并鉴赏别人的生活条件、观点和愿望。^①

从以上阐述中我们可以看到大众传媒多方面的功能,电视作为当代大众传媒的重要组成部分,可以全面实现传媒的以上社会功能,在社会生活中发挥其强大的影响力。

第二节 电视专题节目概述

电视传播的社会功能主要是通过电视节目的传播来实现的,我国电视学界按其社会功能把电视节目分为四种类型:新闻节目、社教节目、娱乐节目、服务节目,电视专题属于社教节目,因此,主要承担社会教育与文化传承的责任。《中国电视论纲》如此定义电视社教节目:充分发挥电视的传播功能,运用电视的技术和艺术手段,面向整个社会传播科学文化知识,进行社会教育的总称。从总体上看,电视社教节目熔思想性、知识性、科学性、艺术性、趣味性、时宜性、娱乐性、欣赏性于一炉,是当前电视节目中栏目较多、每天播出时间较长、比重较大、教育味较浓的一个节目群体。就题材来说,包括政治、经济、文化、军事、教育、科技、卫生保健等方面。作为教育的一种重要补充手段,它具有鲜明的针对性、灵活性、实用性和服务性。它们以广泛的内容、多样的形式,向观众普及理论、法治、道德、科学、文化等方面的知识,承担着纪录文化文明和展示社会生活的高尚使命。

^① 国际交流问题研究委员会编:《多种声音,一个世界》,19~20页,北京,中国对外翻译出版公司,1981。

电视专题节目是社会教育节目的主要形态之一,从开始传播的那一刻,就发挥着进行社会教育的显著功能。我国的电视传播起始于1958年5月1日,在当天开播的节目中就有《到农村去》这样的新闻专题节目。之后,随着我国电视事业的曲折发展,电视专题节目在经过一段时间的探索后,迎来了20世纪80年代的蓬勃发展时期,出现了一大批像《话说长江》、《话说运河》、《望长城》、《中华之剑》等优秀的电视专题节目。再之后,电视专题呈现出栏目化播出的趋势,20世纪90年代开始,电视专题节目的发展呈现出了新的格局和风貌,把视点伸向社会、自然的各个纵深方面,出现了各种艺术元素融合杂交、活泼生动的创新浪潮,表现手法实现了多样化。接着,内容含量丰富、揭示重大主题的一批系列专题片相继出现。^①这期间,中国传媒大学的高鑫教授对于电视专题的概念做了如下总结:电视专题片——运用纪实手法,对社会生活的某一领域或某一方面,给予集中的、深入的报道,内容较为专一,形式多种多样,允许采用多种艺术手段表现社会生活,允许创作者直接阐明观点的纪实性电视节目形态。

由于电视专题节目内涵的宽泛性以及节目形式的多样性,导致我国电视理论界在电视专题节目概念的界定上分歧众多,中央电视台曾于1992年11月,1993年4月和11月,分别在北京、舟山、宜昌举行了三次“中国电视专题节目分类与界定”研讨会,对电视专题节目的界定与分类进行研讨,会上,学者们展开了激烈的争论,争论的核心问题就是如何区分电视专题节目与纪录片的概念问题。有些学者认为,在世界范围内,将纪实作品统称为电视纪录片,根本没有专题片这种说法,为了和世界接轨,我们也应该取消专题片的概念;而有的学者则认为,专题片是中国电视节目的客观存在,而且是电视界的口头禅,完全取消是根本不可能的,双方争论各执一端,不相上下。

① 刘忻:《电视重构论》,北京,中国广播电视出版社,1999。

之后,作为阶段性成果,研讨论文结集成书出版,其中界定:“电视专题节目是指主题相对统一的电视节目,它与综合节目相对应,是电视节目中的一种主要类别。由于专题节目在内容上能对某一主题作较全面、详尽、深入的反映,在形式上可以集中电视各种表现手法、技法之大成,因而它被认为是具有电视特色,较能发挥电视优势的节目。”同时,将电视专题节目划分为四大类:报道类(含纪录片)、栏目类、非栏目类和其他类。

2004年5月在广州举行的中国广播电视新闻奖2003年度电视社教节目奖评选中,把纪录片和专题片分别作为两种节目形态参评,并明确界定:纪录片是指以声画合一的现场实景为主体拍摄的纪实风格的节目;专题片是指以声画对位的解说词为主要表达方式的议叙结合的节目。这种定义符合我国的电视专题节目与纪录片创作的实际情况,国家政府奖中对于专题片和纪录片分别设奖,也表明了权威电视理论工作者对于如何界定电视专题节目的态度,这种界定有利于对电视传播实践的指导,有利于电视节目传播的良性发展,因此,具有显著的科学意义。

电视专题节目无论从节目内容还是从节目形式上来说都具有较强的兼容性,内容上专题节目可以涉及政治、经济、文化、军事、历史、地理等众多领域,既可以报道人物,又可以报道事件,中外古今的各种社会题材、社会问题、人物、事件都可以在专题节目当中得到反映,比如中央电视台曾经播出的《中国历史》、《走进非洲》、《人物》、《走遍中国》、《人与自然》、《半边天》等电视节目都是典型的专题节目。以上节目中覆盖了大千世界方方面面的问题,所以说从内容来看首先具有较强的兼容性,它可以是纪实感很强,具有纪录片那样有很多现场镜头的节目形式;可以是诗意化有解说词贯穿始终的专题片形式(如《诗人毛泽东》);可以是现场直播的节目形式(如《香港回归政权交接仪式》、《国民党主席连战大陆行》等);也可以是谈话节目形式(如《半边天》、