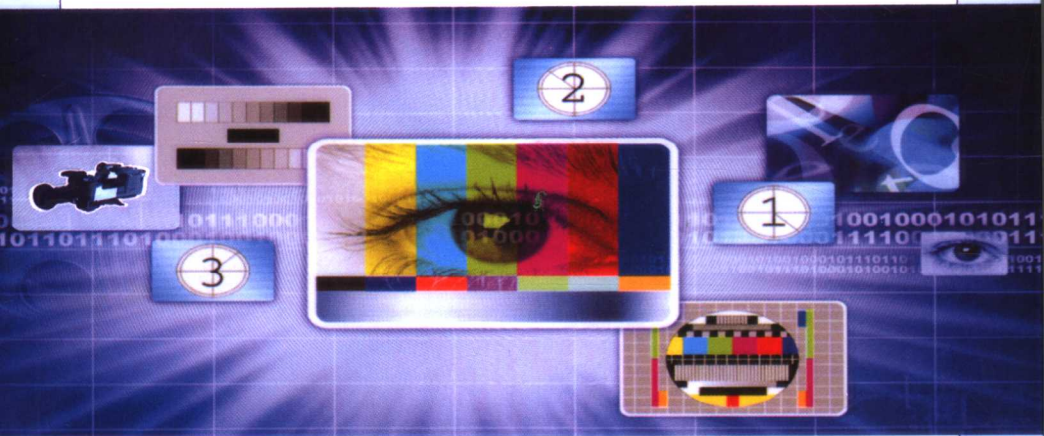


YINGYONG GUANGBO DIANSHI XINWEN XUE

应用广播电视新闻学

通晓电视

黄 辉 著



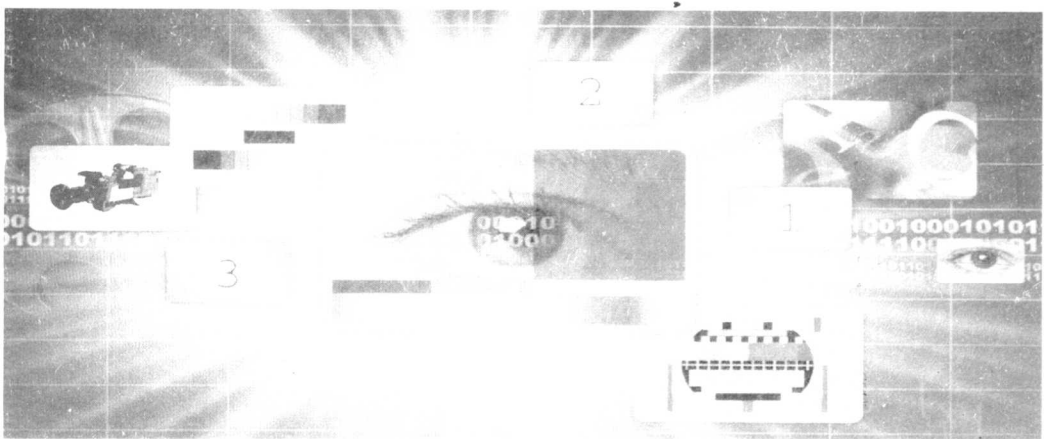
学林出版社

YINGYONG GUANGBO DIANSHI XINWEN XUE

应用广播电视新闻学

通晓电视

黄辉著



学林出版社

图书在版编目(CIP)数据

应用广播电视新闻学: 通晓电视 / 黄辉著. —上海:
学林出版社, 2006. 1

ISBN 7 - 80730 - 068 - X

I. 应... II. 黄... III. ①广播工作—理论②电
视工作—理论 IV. G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 148907 号

应用广播电视新闻学——通晓电视



作 者——黄 辉

责任编辑——管志华

封面设计——周剑峰

责任监制——田振军

出 版——上海世纪出版股份有限公司

学林出版社(上海钦州南路 81 号 3 楼)

电话: 64515005 传真: 64515005

发 行——*新华书店*上海发行所

学林图书发行部(钦州南路 81 号 1 楼)

电话: 64515012 传真: 64844088

照 排——南京展望文化发展有限公司

印 刷——常熟市东张印刷有限公司

开 本——889×1194 1/32

印 张——10.75

字 数——28.8 万

版 次——2006 年 1 月第 1 版

2006 年 1 月第 1 次印刷

印 数——3 000 册

书 号——ISBN 7 - 80730 - 068 - X/G · 23

定 价——20.00 元

前 言

电视是 20 世纪对人类生活产生重大影响的伟大发明之一，它是一种综合性、多功能的信息传播工具，集声音、图像、文字于一体。电视传播具有扬独家之优势，汇天下之精华的特点。电视的普及，使“地球村”的概念成为人们眼前活生生的现实，它每日每时都以其不可替代的优势或正面或侧面地折射和影响着社会生活，影响着大众的习惯、思维、文化品位和对世界的认识。

如今，电视与报纸、期刊、通讯社、广播、互联网络等大众传播媒介不断整合互补，使新闻传播媒介日趋多元化，新闻传播手段日趋现代化。新闻传播，作为上层建筑、意识形态的一个重要组成部分，在全面准确地宣传党的基本路线、基本方针以及各项决策，推动改革开放和社会主义现代化建设，反映人民群众的伟大业绩和精神风貌，将继续发挥导向作用。而电视作为第一媒体，以科学的理论武装人，以正确的舆论引导人，以高尚的精神塑造人，以优秀的作品鼓舞人，其主导作用不言而喻，成为宣传国家方针政策，提高人民群众文化生活水平的主要途径。

与新闻传播事业的发展相匹配，我国的新闻教育也有了突飞猛进的发展，同时广大群众素质也不断提高，对电视节目质量的要求日益苛刻，对电视节目制作认识需求不断高涨。

目前，国内介绍阐述电视的书籍很多，绝大部分是教材和专论，已经涵盖了电视节目制作的方方面面，经过出版界和众多作者们的长期努力，门类和品种基本齐全，在适应形势和满足需求方面起了不可忽视的作用。但是泛泛而谈的较多，随着时间的推移和电视新闻工作实际的飞速发展，电视传播已全面朝专业化和频道化方向发展，

前

言

新的电视节目样式的不断涌现,这些书的体例、观点和内容也亟待调整和更新。

作者在加入高校教学科研学术界之前,在福建电视台(福建省广播影视集团)从事电视工作20年,曾任频道副总监多年,具有丰富的电视从业经验,有多部作品(如《梦之谜》、《丽人行》等)获国家广播电视一、二等奖;并作为总导演、总摄像,摄制了如《南少林武坛争霸赛》、《你早,厦门》(中国—日本NHK卫星越洋直播系列新闻)等电视节目。作者作为颇具影响力的省级卫星台——东南电视台的创始人之一,20年的电视从业经历,见证了中国电视的发展。2002年,还作为中国资深电视人应美国NBA电视转播委员会邀请,赴美进行中国电视发展现状的讲学。

目前,作者任职于国家教育部直属全国重点高校——同济大学,任传播与艺术学院副教授、硕士生导师,从事广播电视新闻学的教学与科研工作。

本书正是利用在全国重点高校任教、科研的优势,在占有大量丰富的实证材料的基础上,根据作者的学术研究和专业广播电视工作方面的经验撰写,作为对作者20年电视新闻工作的一个探索,也倾注了作者大量的心血。

本书作为同济大学“十五”规划教材,得到了同济大学教材、学术著作出版基金委员会资助。

本书相关章节曾作为研究生与高年级本科生讲课内容,进行过讲授,也曾应邀在电视界进行讲学,受到好评。因此,更坚定了我系统研究结集成书的愿望。

作为广播电视新闻学著作,本书紧密结合当代中国电视传播的实际,大胆借鉴国内外有关电视传播和新闻传播的最新成果,用历史和逻辑的统一、辩证法和认识论的统一等原则,阐述了广播电视新闻传播的特殊规律与工作原则,以及广播电视新闻工作中的理论和实际操作问题,将理论研究的科学性、前瞻性与实践性、可操作性有机结合起来,探讨了电视制作和发展规律以及对社会政治、经济、文化

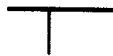
发展的影响,对电视以及影响历史演进,特别是中国电视现状和节目制作进行深入地剖析。

基于自身有大量实践的机会和应用,对我国电视传播、电视节目等方面电视前沿研究有新的论述,有新的突破,并结合案例,书中将为读者一一展开。本书所收录三个附录,是从事电视工作要掌握的最基本的从业知识和要遵守的准则、法规。

本书对电视前沿研究创新在于对形象思维、影视时空构建电视节目的核心,从理论上加以阐述和总结。

本书预想的读者不只是学术界同仁和电视人,而是一切想认知电视、深入电视的人们,相信所有热爱电视的人,都能从这本书中受到启发,并能从不同的角度理解本书提出和分析的问题。需要说明的是,由于电视的丰富性和复杂性,特别是我们对电视理论的理解和把握有待于进一步的提高和深入,加之时间紧迫,书中难免会有一些疏漏和不到位之处,我热切希望同仁们予以指正,以有利于相互促进和该书的再版。

电视不仅仅是一种机器,是一种工具,而且作为一种文化形态影响甚至支配着芸芸众生,它影响的是几代人的思想观念、文化生活、审美情趣与消费习惯。中国电视要很好地完成这一项系统工程,电视工作者就必须不断地解放思想,更新观念,坚持改革,勇于探索,这也是中国电视事业的希望所在。作者愿与所有电视理论研究者和电视人共勉。



知

言



目 录

前言	1
导论——概述电视	1
一、作为日常生活和作为学科专业研究的电视	1
日常电视	1
提问电视	3
国际化直播化的电视新动向	5
二、作为广播电视新闻学学科专业的电视	6
广播电视新闻学学科	6
我国广播电视新闻学教育	7
我国的广播电视新闻学课程	9
三、广播电视新闻学——所运用的理论和体系	10
理论与体系	10
研究内容框架	12
附录 近年我国新闻传播学一二级学科招生 单位名录	13
近年全国招收研究生点一级学科新闻 传播学情况	14

第一部分 认知电视

第一章 电视基础与电视实质	17
第一节 电视与电视节目基础	18
一、电视节目的定义	18

二、电视节目基本特征	19
第二节 电视语言的元素	21
一、电视语言组成的主要元素——电视图像	21
二、电视语言组成的另一主要元素——电视声音	24
三、声画结合	25
第三节 电视画面	27
一、产生电视画面和色彩的技术基础知识	27
二、电视画面特性	32
三、画面景别和画面构成	38
第四节 电视语言研究实质:声光电的交响	47
一、电视声像技术和艺术	48
二、电视摄像以及画面的基本要求	50
第二章 电视的发展与电视传播	53
第一节 世界电视发展历史	53
一、电视技术的历史与现状	53
二、电视技术的发展	57
三、卫星电视发展迅速	61
第二节 我国电视发展历史与现状	64
一、中国电视业近半个世纪的历程	64
二、我国电视发展的现状	66
第三节 电视传播与电视文化	67
一、电视作用	67
二、大众传播和电视的大众传播节目特点	70
三、电视影响和文化传播	72

第二部分 深入电视

第三章 电视节目和电视节目的制作方式	81
第一节 电视节目	81
一、电视节目制作人员	81

二、电视节目的分类	82
三、电视节目制作的主要几种方式	84
四、电视节目制作类型	86
第二节 电视节目制作的新手段	92
一、电视节目制作流程	92
二、电视节目制作的新趋势	96
第四章 电视新闻节目、电视专题节目和电视纪录片	100
第一节 电视新闻节目	100
一、电视新闻节目	100
二、电视新闻深入研究	106
第二节 电视专题节目	114
一、电视专题节目	114
二、电视新闻专题节目和深度报道	115
三、电视专题节目的制作	122
第三节 电视纪录片	126
一、电视纪录片概述	126
二、纪录片的兴奋点	132
第五章 电视节目编辑工作和影视编辑理论	137
第一节 电视节目编辑基础	137
一、画面语言的单位和画面的构成方式	138
二、影像的处理和声音的处理	150
第二节 影视编辑理论	153
一、蒙太奇理论	153
二、巴赞的电影理论	156
第三节 电视节目编辑(剪辑)技巧及原则与方法	158
第六章 形象思维与电视节目创作	172
第一节 形象思维和逻辑思维	172
第二节 电视节目中的形象思维	175
第三节 电视节目(图像)工作人员的素质	179

第三部分 宏观电视

第七章 社会系统中的电视媒体	183
第一节 大众传播与广播电视事业	183
第二节 新闻与宣传	185
第三节 舆论导向	189
第八章 电视媒介的体制、组织和管理	194
第一节 电视管理体制	194
第二节 媒体的组织和结构	197
第三节 广播电视媒介管理	201
第九章 宣传管理与节目管理	205
第一节 宣传管理	205
第二节 节目管理	209
一、节目计划管理	212
二、电视节目目标管理和节目编排	218
三、电视节目的播出和人员管理	223
案例分析:北京电视台的节目编排	226
案例分析:福建电视台(福建省广播影视集团) 新闻频道的启示	229

第四部分 经营电视

第十章 电视的经济活动	239
第一节 电视经济活动概述	239
第二节 电视媒介资源	242
第三节 电视的经济活动	247
一、电视观众与节目分众	249
二、电视经济活动的几个成功经验	257
案例分析:湖南频道个性化经营	259

第十一章 电视广告与媒介经营管理	262
第一节 电视广告	262
第二节 电视媒介经营	264
案例分析:浙江教育科技频道的经营策略分析	268
第十二章 电视收视率与电视的品牌	271
第一节 电视收视率	271
第二节 电视节目的品牌建设与竞争力	286
一、媒体的精品意识	287
案例分析:凤凰卫视频道的个性化包装和节目的 风格化定位	288
二、媒介的核心竞争力	295
案例分析:创造凤凰卫视的“新文化”品牌	299
三、电视栏目品牌建设	300
第三节 电视频道节目与广告经营良性互动	302
附录一 《中国新闻工作者职业道德准则》	309
附录二 国家广电总局印发《广播电视播出机构工作人员违反 宣传纪律处分处理暂行规定》的通知	313
附录三 《中华人民共和国广告法》	319
参考文献	328
后记	331



目

录



导论——概述电视

电视,它是人类最伟大的发明之一。1936年世界上诞生首座电视台播出电视节目,至今不过短短的几十年时间,在人类史上,几十年的光阴极为短暂,但是对电视这几十年的发展来说,却意义非凡。电视,它不但改变了整个世界,同时,它也改变了人类的生活方式,深刻地影响着人类的思想和行为,电视已成为人们日常生活中一个不可或缺的组成部分。在当今的信息时代,在大众的传播时代,电视扮演了十分重要的角色,电视是人们了解新闻信息的第一媒体,同时也是人们日常生活娱乐的第一媒介。

一、作为日常生活和作为 学科专业研究的电视

日常电视

电视最重要的特色或许就在于它是一种家用媒体,电视看似平凡,却是日常生活必不可少的一部分。如今,人们日常生活很大程度上都离不开电视,对之我们已习以为常。电视提供打发时间的渠道,已成为家庭日常生活的一部分。

电视已融入到人们的日常生活中,人们常常在无意识中将看电视分为娱乐的和获取新闻信息两种活动,将电视看作为一种娱乐活动时,人们感到很亲近,互相之间可以随意交流;而将它看作是一种获取新闻信息活动时,却将电视视作是一种严肃认真的媒体。

电视观众看电视主要为两个方面:

1. 是需求活动。了解新闻、信息;
2. 是娱乐活动。观看文艺节目、电视剧。

据 2005 年 1 月 6 日国家计生委最新统计,在这一天我国内地总人口达到 13 亿。而据国家广播电影电视总局最新公布的 2004 年数据报告,目前,我国电视家庭数为 3.7 亿,在总人口中,我国电视潜在的观众达 11.54 亿,几乎接近了人口数。这些观众日平均收看电视 179 分钟,其中人均每天收看电视剧 56.5 分钟。数据还表明观众主要收看的电视节目为新闻和娱乐两个主要节目类别。

在世界上电视普及率最高的美国,电视几乎是无处不在的美国式生活的特征,在美国差不多每户家庭至少拥有一台电视,大多数家庭还不止拥有一台。平均每户美国家庭每天消磨在电视上的时间要超过 240 分钟。这比我国要高出 60 分钟。观看电视成了每晚黄金时间(晚上 8 时至 11 时)的重头戏,而美国大多数商业电视台每天 24 小时都播送电视节目。一些商业电视节目为了迎合最广泛的、最多多样化的观众而设计,但大多数节目针对的是具有特殊的人口统计学意义和社会性的各种观众群体。星期六上午的节目传统上都是专为孩子们所播放的。体育节目着眼于成年人。肥皂剧则为迎合 18 至 49 岁之间的妇女而设置。电视给美国人提供了各种重要新闻,其新闻媒介功能的发挥为其他大多数西方国家的表率。大多数美国人依赖商业电视网络和本地电视台所提供的电视新闻以了解信息,他们关于本市、美国和世界所发生的事件的大多数信息皆由此而来。

从以上我国与美国电视收视基本情况可以看出,收看电视节目是人们日常生活的一部分。由于电视已成为人们日常生活中的一个部分,早在 1994 年,美国学者西尔弗斯通就系统地阐述了电视在现代生活中的地位。他认为,现代生活将媒体每天摆到了中心位置,日常生活的符号包括了:日常景象、自然语言的声音和熟悉的文化;广告牌、报纸及电视上公开媒体文本^①。

“电视就是我们的生活”,这断言乍听起来似乎还显得有点夸大其词、危言耸听,但只要你细细一琢磨,其实并不过分。想想你看电

① [英]尼古拉斯·阿博克龙比:《电视与社会》,南京大学出版社,2001 年版。

视的时间,想想某个电视主持人、某位明星在电视上的出现对你的巨大影响,想想某些电视节目的影响力,再看看那些狂热的追星族,你就不会对电视与我们生活的密切关系产生怀疑了。毫无疑问,看电视本身,已经成为我们的一种日常生活,实际上,正是因为人人都在接触电视,我们对电视的存在才显得有些熟视无睹。

可以非常肯定地说,电视是今天我们日常生活中的一部分,是与我们当下的生存密切相关的一种范围广阔而繁复的社会文化现象。我们几乎很难想象没有电视的生活。电视,它作为技术发明的宠儿,在人们好奇的眼光中,发展成为如今的第一媒体、最受关注和宠爱的大众传播媒介。尽管如今人们已经习惯了电视的陪伴,但是人们对电视真的那么了解吗?也许我们能说上几个电视明星、电视主持人、电视栏目的名称和电视剧的某些情节,但不一定就能说出电视要素。

提问电视

什么是电视?什么又是广播电视新闻学?什么是大众传播?电视节目的核心是什么?电视的理论有哪些?等等,这些问题是本书要研究和阐述的。《通晓电视》将带你全面了解电视、深入电视、通晓电视。

关于电视,我们可以做出理论上的定义界定:电视,是使用电子技术传输图像和声音的现代传播媒介。它通过光、声、电的变换把图像、声音和色彩转换成电信号,用无线电波或导线发送出去,由接收端将电信号还原为图像、色彩和声音重现在荧屏上。它是大众化的综合媒介,拓展了人类视听领域的深度和广度,易于激发观众的现场感和参与感。

关于电视节目,我们可以做出理论上的定义界定:电视节目,是指电视台或电视节目制作机构为播出、交换、销售而录制的可供人们感知和理解的视听作品。它是电视传播内容与形式相结合的最基本的单位。

对于单个节目来说,它必须符合以下这样几点基本要求才具备播出条件:

- 相对完整的内容。
- 相对完整的结构。
- 要有合理的电视语言。
- 要符合技术规范。

本书将对研究的对象——电视,做一全面的研究和论述。说到研究电视,一般来说,主要就是研究电视节目,这是属于广播电视新闻学的范畴。电视节目的研究是广播电视新闻学研究的正源。近年来,由于传播学大量地被应用到新闻学中,使得对电视的特性研究有些偏离了实践,人们在论述电视的特点时,不自觉地从事电视传播具有的特性上加以分析和探讨。

电视所具有四个特性是:

- 电视是视听合一的媒体。
- 电视适合再现形象、现场、过程。
- 电视时效性强,这是电子媒介的共同点。
- 电视保存性差,选择性差,这也是电子媒介的共同劣势。

这些电视特性是大众传媒中电子媒介的一般性问题。如果我们过多地将研究点立足于一般性问题上的话,那么就会失去了研究电视的指导意义,而陷入脱离实际的窘境。

研究电视,最重要的和最主要的是要研究它的核心——电视节目,那就是作为日常生活的电视以及电视的声像语言和全球性特点这两个方面,研究作为日常生活的电视,才能深入传播效果和受众的内容研究,研究电视的声像语言和全球性特点,才能真正把握电视,才能立于电视研究的前沿。

我们观察电视,研究电视,对它的特征做基本的分析判断,可以看出电视普遍具有家庭和社会的特点,电视是大众文化的组成部分,作为日常生活的电视在潜移默化地影响着社会,影响着家庭和人们的生活。要研究电视对人们的态度、行为或价值观的“影响”,就要从大众文化入手。1997年,美国西北大学刘易斯教授曾做过一个实验,他要求班上的25名学生从他们一周正常的学习生活安排中抽出

3天来不看电视。大部分学生认为这事好办,只要有3天不打开电视就行。然而实验结果表明,有57%学生实际上很难做到,他们发现自己无法逃避观看电视。这说明电视已深深地“根植”在他们脑海里,电视是他们日常生活的一个重要组成部分,电视在改变着他们的学习态度和生活行为。

今天在我们生活的世界里,电视作为广泛传播的声像符号形式发挥着极为重要的并且是越来越大的作用。在社会中,被人们称之为大众通信的技术发展的宠儿——电视,随着科学技术的进步,获得更大的推动力。现代大众传媒的电视在声像传播和信息的流动中,发挥出极大的优势。大众传媒,从某种意义上说就是大众文化,在今天视听时代,我们的日常生活与大众传媒如此紧密地交织在一起,以至于我们对此很少觉察到。报刊、书籍、收音机、广告、电视及录像机等已成为人们日常生活中的大众文化的趋向。在电视技术发展和广泛普及的今天,每个家庭借助于越来越先进的电视技术获取源源不断的信息、享受大量的娱乐。同时,电视对整个现代社会也是必不可少的。如今,人们看电视耗费的时间比其他闲暇活动耗费时间的总和还多,被列为与工作 and 睡眠一样耗时的活动。这表明,电视已融入到大众的生活中,对此,西尔弗斯通说:“不管人们是专心还是不专心、有意还是无意,人们时时都在看电视、讨论电视或阅读有关电视内容。”日常生活很大程度上都离不开电视,对之我们已习以为常。电视提供打发时间的渠道,已成为家庭日常生活的一部分^①。

国际化直播化的电视新动向

在电视不断家庭化和社会化的同时,随着科学技术的进步,电视已呈现全球化直播的特点。

人们的日常生活越来越全球化,越来越受全球性事情的影响。安东尼·吉登斯是当代西方著名的社会学理论巨匠,他将全球性的趋向这一过程称之为“时空的拉大”。他对全球化的定义是加强将相

① [英]尼古拉斯·阿博克龙比:《电视与社会》,南京大学出版社,2001年2月版。

距遥远的地区联系起来,以便当地发生的事情与数英里以外的事情相互影响的世界范围的社会关系。世界在日益全球化的同时,似乎也日益局部化,在这种全球化过程中,媒体发挥了巨大的作用。在所有的媒体形式中,最突出地表现全球化意识的是电视。

电视在许多方面的范围和影响真正具有了国际性。这主要是:第一,电视图像内容具有国际性语言特点,声像化语言特点使得电视最终能培育出全球观众。第二,电视的收看可以遍及全球范围。如今卫星同步技术已经使得节目通过卫星向全球播出成为一个主要的传播手段之一。

二、作为广播电视新闻学 学科专业的电视

广播电视新闻学学科

作为专业方面的电视,我们要从广播电视新闻学学科讲起。伴随着电视的迅速发展,广播电视新闻学在国际上也逐渐成熟发展成为一门独立的学科专业,我国广播电视新闻学隶属于一级学科新闻传播学。我国的传统新闻学有近百年的历史,20世纪80年代,在新闻学科的基础上,引进和建立了传播学。近些年来,广播电视新闻学作为一门学科专业,它的地位也得到了确立。随着世界广播电视事业的飞速发展,新闻传播学科和广播电视新闻学专业也日益受到重视,它们都成为了世界性的热门学科和专业,我国的新闻传播学和广播电视新闻学专业的教育也在蓬勃发展,如今,在根植于实践基础上发展起来的新闻传播学和广播电视学教育中,我国已建立起了较为完善的新闻传播学学科体系和学位体系。

在了解和论述广播电视新闻学科时,我们首先要了解什么是学科门类?什么是一级学科和二级学科?

学科门类即按学科的性质而划分的门类。1997年国务院颁布的《授予博士、硕士学位和培养研究生的学科、专业目录》将学科划分为12大门类,分别是:哲学、经济学、法学、教育学、文学、历史学、理