



崔学东 著

电视宣传杂谈

中国广播电视出版社

电视宣传杂谈

崔学东 著

中国广播电视出版社

(京)新登字097号

电视宣传杂谈

崔学东 著

※

中国广播电视出版社出版

北京复外广播电影电视部灰楼 邮政编码100866)

内蒙古新华印刷厂附属厂印刷

新华书店总店北京发行所经销

※

787×1092毫米 32开 6.25印张 135(千)字

1991年11月第1版 1991年11月第1次印刷

印数: 1—4000册 定价: 3.90元

ISBN 7—5043—1327—0/G·466

序

洪民生

中国电视的今天，是由昨天走过来的，我们正在走向明天……。

电视屏幕，牵动着多少人的喜怒哀乐，又凝聚着多少人的劳动、智慧、创造。它给予人们各种信息、各种知识和艺术美感的享受，成为不断变化着的世界和社会的缩影。

十几年前，尽管世界发达国家电视的繁荣和发展大大超过了中国，但是有远见的政治家、理论家、艺术家作了超前的预言：电视在中国发展具有特殊意义，要十分关注和重视中国的电视冲击波……。现在，我们度过了历史长河中具有十分重要意义的改革开放的十年，中国发生了巨变，中国电视也发生了巨变。中国电视无论从数量、覆盖面、收视率、社会生活中的作用和影响，可以称得起名副其实的电视大国，而且随着中国在国际事务中地位的提高，中国电视正在走向世界，影响着世界的思维动向和文化构成。

为了中国电视的今天，整整一代的电视工作者做了奠基和铺路；为了中国电视的明天，他们仍然不遗余力，总结提高，开拓、创造，著书立说，为创办出具有中国特色的电视事业而脚踏实地地工作着，奋斗着，思考着。

本书作者崔学东同志是一名老新闻工作者，搞过报纸、广播又到电视台开始了老兵新传。他一直在少数民族地区工作，积累了丰富的实践经验，陆续写了不少电视业务和理论

方面的文章，对电视工作作了认真的、多方面的思考，这是一份精神劳动的成果。如果没有第一手的实践，是写不出这么许多“杂感”的。

电视屏幕，具有发挥创造力的广阔天地，每天播出的成千上万个电视节目都是提供了新的探索成果。只有充分的掌握电视特性，理解电视的丰富潜力，才能更好地运用电视，以发挥其多方位的表现力和多方面的社会功能。

我曾把电视功能归结为信息、益知、染情、导思、提趣、养生、服务七个方面。根据各类节目各有侧重，或者起各方面的功能，但不断强化主观能动性，并从理论上不断去开掘说明。我感到中国电视需要有自己独立的理论体系，随着丰富的实践，这种要求会越来越迫切，希望有更多的电视工作者、专家、学者下大力气来研究电视理论，包括电视管理学、电视新闻学、电视采访学、电视观众学、电视教育学、电视艺术学、电视声画学、电视音乐音响、美术制作、节目分类学等等。电视是一项大的系统工程，需要作更广泛的实践，更系统的研究，从体制、构成、队伍、理论、资料各方面，作更加明确的专业分工，规划目标，协调主攻，使中国特色的电视既有宏观的布局，又有微观的配合，使之成为很和谐的交响乐，步入新的更高层次。

一代铺路，一代求索，希望在明天。

前 言

目前我国电视事业空前发达，除政府部门四级办，一些行业也在办，特别是有线电视在许多城市正在兴起。本来，在中国电视事业起步就晚，加之队伍来自四面八方，许多问题包括队伍培训、电视传播学、美学等诸多方面都还在摸索与探究之中，那末，近一二年兴起的行业台、电缆台就更加困惑了。我本人也有过这种困惑，尤其在如何搞好电视宣传、如何写好电视文章方面，至今也还没有摆脱这种困惑，虽然近几年来从实践中总结了一些东西，但也还属于探讨之中，所以本书搜集的四十几篇小文，也只能供地方台和新办台一些涉“视”未深的青年同志工作中参考。

作 者

1991年11月

目 录

前言	(1)
明确性质 办好电视	(1)
再探办好电视	(5)
进一步开发电视功能资源	(10)
也谈电视编辑记者修养	(13)
电视各类节目应有个基本方案	(16)
困惑与求索	(23)
学习实践探索	(25)
节目主持人是电视台与观众的桥梁	(27)
电视语体探	(31)
电视与报纸广播之比较	(41)
电视新闻的发展和作用	(51)
按照电视特点和规律办好电视新闻	(59)
发挥电视优势加强现场报道和连续报道	(65)
谈谈电视新闻写作	(67)
再谈电视新闻写作	(76)
电视新闻体裁及其选择	(87)
电视新闻改革应突出抓一下快节奏问题	(91)
提高电视报道的开放程度	(94)
电视报道更需要快活广	(97)

电视报道中的肖像保护	(101)
电视新闻宣传中的新奇律和首位律	(104)
电视经济宣传小议	(106)
电视言论小议	(115)
精心办好电视专题性节目	(121)
电视报告文学之我见	(128)
电视片《沙漠散记》观后	(133)
电视节目要走栏目化	(135)
要重视电视大赛这个宣传品种	(137)
办好群众来信专栏	(139)
电视对外宣传的选材及语言	(142)
电视广告体小议	(145)
 电视文艺宣传中的新闻属性	 (149)
谈谈电视晚会	(152)
关于第七艺术	(155)
民族电视剧艺术与地域文化意识	(158)
电视剧的美学特征	(164)
电视剧创作应与当代人同步	(166)
电视剧《渴望》引发的思索	(169)
谈谈行业剧	(171)
 香港电视业见闻	 (174)
日本电视业扫描	(181)
我的新闻大学 (代后记)	(190)

明确性质 办好电视

人，生长在社会上总是要活动的，人的活动又总要明白三件事：干什么，怎么干，达到什么标准。一个是行动的出发点，一个是行动的方法和规范，一个是行动的归宿即目的。这三条，我们通称指导思想，运用到我们电视宣传上，就是电视宣传业务指导思想。

电视是本世纪30年代出现、我国50年代中后期才发展起来的。因此，在作为一种新的文化因素突然闯入我国社会生活的时候，尽管我们党一开始就把它当成宣传工具来看待，按照它的功能办新闻性、教育性、服务性、文艺性节目，但从观众角度，包括一部分领导层和办电视的人，对它的性质、作用仍然有各种各样的看法、说法，如“微型电影院”“家庭剧场”、“文化娱乐工具”、“空中学校”等等。在这种思想指导下，有的电视台一不办新闻，二不办教育，而是整夜放影剧，特别是进口片远远超出我们自办节目的比例。

性质决定任务，党的新闻工作包括电视的主要任务是什么呢？用一句话来表达，就是要用大量的、生动的事实和言论，把党和政府的主张、把人民的各方面活动，及时地、准确地传播给全国和全世界人民。

电视是多功能的舆论工具，如何体现它的性质与任务呢？我们目前办的新闻节目、专题节目、文艺节目，包括引

进与译制，无不紧紧围绕其性质和任务而进行工作。如新闻主要是传达党和政府的指示、政令；宣传党的路线、方针、政策；宣传两个文明建设和改革开放中的新人新事；反映群众呼声，评论是非，指导人们的思想和行动；开展批评，扶正祛邪；传递人们想知、应知的各种信息。专题节目，就其新闻性来说，也可以说是新闻宣传的补充与深化，但其方法是通过知识性、欣赏性、服务性来完成的。“寓教于乐”是它的特点。例如电视风光片、专题艺术片，它不是简单的“放大的动态消息”，那样就成了新闻专题，它是类似散文和报告文学即新闻事实加艺术手法的一种电视文体。电视文艺包括电视剧，是运用艺术形式教育鼓舞人民，其主要任务一是为观众提供文化娱乐享受的机会；二是参予指导社会主义文化生活、配合中心任务，促进社会主义文化事业兴旺发达，使社会主义文化遵循党所指引的正确方向前进。另外，电视宣传还肩负一个对外宣传任务，其主要任务和目的是宣传中国，树立中国形象，吸引外资，为我国四化建设服务。引进和译制节目，是现阶段电视宣传必不可少的内容之一。所有这些，构成了电视宣传的整体。但新闻则是电视宣传的主体，提主体并不影响其它节目的作用，只要我们按照电视多功能的特点进行工作，就可能把各类节目办得丰富多彩、生动活泼，寓宣传教育于信息、知识、娱乐和服务之中。这样才能体现电视台的性质和任务，从各个方面多层次、多侧面、多角度的为人民服务。我们办的所有节目都要求第一要体现电视的性质；第二要区分于资本主义国家的电视。

以上，就是我们对电视的性质、任务和作用的理解。然而这个问题也并非所有的人都明确的，有三个问题仍然值得

引起注意：

第一，不能把文艺“创作自由”和经济体制改革上的“自主权”搬到新闻宣传上来，要求新闻自由，文责自负。人们的自由或权利总离不了一定的责任和义务，没有无责任的自由或无义务的权利，从来就不存在什么绝对自由。这在任何时代、任何社会和任何人都是如此，只是在不同的时代、社会和个人，责任或义务的性质和范围有所不同罢了。文艺有充分的创作自由，但作家总不能以自己的自由来剥夺编辑部的自由，剥夺出版部门不出版的自由。新闻与文艺是不同的，新闻单位虽然享有社会主义制度和宪法所赋予的自由权力、自主权力，但新闻和文艺的性质和职能，毕竟很不相同。党的新闻事业是代表党和政府讲话的，尽管每一篇报道，包括编后，记者述评之类不一定直接或完全代表党和政府，但就整体和宣传的全局来说，它是代表党和政府的，只不过有的直接，有的间接罢了。我们的编辑记者，在新闻事业中当好党的喉舌的前提下，有着广阔的编采自由，把党的舆论工具办得有声有色。至于某些人所鼓吹的所谓资产阶级新闻自由，在当代世界上实际上是没有的。美国政府规定它的一切传播工具都要为树立美国形象效劳。美国最有影响的舆论工具之一“美国之音”的所有言论连同言论的题目都要由白宫来定。我到香港电视行业访问时，他们也谈到，香港当局规定每天向“亚洲”、“无线”两台发去一个小时宣传政府观点的节目。香港当局还规定，电视电影不准歪曲政府形象。自由或纪律、权利与义务从来都是相对的。这是一条真理。

第二，我们还不十分熟悉在改革开放条件下的宣传工

作。例如利润、金钱与爱国主义、共产主义问题；计划经济与商品经济问题；社会主义生产与资本主义先进的经营管理问题；吸收外国先进的东西与保持我们民族优良传统问题，等等。不会和不十分熟悉改革开放条件下的宣传工作，表现在电视宣传上的左右摇摆，忽左忽右。有位中央领导同志讲，改革开放条件下的宣传工作如何搞？正确的方法是，我们应该有中国的特色。

第三，要自始至终把社会效益放在第一位。电视观众层次多，覆盖面广，是其它出版物和宣传工具无法比拟的。报刊、书籍是给有文化的人看的，广播是给能听得懂的人听的。电视观众可以从9岁的娃娃到70岁的老奶奶，从普通市民到大学教授。耳聋的能看，盲人也可以听。电视既已成为人们活动的“第二社会环境”，就不能不十分注意它的社会效益。商品是供人们吃穿用的，尚且反对次、残、假，精神产品是潜移默化人们思想和心灵的，那就更要想一想它起什么作用。

这不仅关系到我们的眼前利益，从长远讲，是整个民族的兴衰大事。中央指出，一切新闻出版，文化艺术，电影电视，都要把社会效益放在第一位，这是我们电视宣传的出发点和归宿。为人民服务，为国家富强，为党的总目标总任务服务，这就是我们必须自始至终坚持和恪守的业务指导思想。

（原载《内蒙古电视》1986年3期）

再探办好电视

(一)

在世界快要变成“地球村”的信息如此发达的今天，电视已成为人们不可缺少的重要信息源，和了解外界的窗口之一，它的作用更是其它信息媒体难以替代的。在这种情况下，如何把电视办得更好？这已成为广大电视工作者日夜思考的内容之一。

电视台是干什么的？这在不同国家、不同集团、不同的人中，则有不同的理解和认识。我国许多电视台建台初期，有人曾把它看成是单纯的娱乐工具、放映电影、录制戏曲就行了，新闻可办可不办。在这种思想指导下，曾有一度把人力物力和“黄金时间”让给电影、电视剧和戏曲，以至花费挺长时间才扭转局面，把新闻提到“主体”的位置上来。电视，同报纸、广播一样，是党的喉舌，是新闻宣传机关，中共中央1983年批转《关于广播电视工作的汇报提纲》的通知中说：“广播电视是教育、鼓舞全党、全军和全国各族人民建设社会主义物质文明、精神文明的最强大的现代化工具。”电视，是党的新闻事业的一部分，作为一个电视台，它的第一位的任务是办好新闻节目，因为它能最直接、最迅速地宣传党和政府的主张，报道国内外大事，反映人民群众在两个文明建设中的情况和成就，在人民政治生活中具有重要作用和广泛影响。诚然，强调新闻在电视宣传中的骨干地位，并不等于降低其它节目的作用。电视是多功能的传播工具，除

新闻性节目以外，还有教育性、服务性、文艺性节目。“教育、鼓舞”作用是通过各类节目来实现的。前者，可以寥寥数笔、速告天下；后者，则以精雕细刻、慢慢道来。前者直接，后者间接或迂回，“寓教于乐”，耳濡目染，是新闻性以外各类节目的特征。只有这样多角度、多侧面、多体裁、多层次地办好各类节目，才能发挥电视这个现代化工具的应有作用。

电视，当今世界已相当普及，世界上目前除了少数国家没有办电视以外，多数国家都有了电视台。不同制度国家其归属不一样，有的属于政党或国家，有的属于政治集团和派系，但它既然属于上层建筑的一部分，就不能不反映和为一定的经济基础服务。在世界上还没有一家电视台不代表一定阶级的政治主张、政治方向和根本利益的；也从没有一家电视台去设法表达敌对阶级的主张和为所有阶级服务的；时至今日，也没有见到一本关于各个阶级对电视事业持相同观点的书。我们的电视事业，是党领导的无产阶级性质的新闻舆论工具和宣传教育工具，“教育、鼓舞”作用是它的唯一使命。因此任何时候，我们都要牢牢把握这个大局，服从这个大局，服务于这个大局。但电视不是学院，不是宣讲团，它除了新闻具有直接发布的效能以外，更多的则要运用“把自己的观点隐藏起来”的手法，潜移默化地去“寓教于乐”，而做到这一点是不容易的。这不仅因为电视事业还处于“学着走路”阶段的缘故，而且在“开放引进”的新形势下，为电视宣传又提出一些新课题。例如讲利润、金钱，又要讲爱国主义与共产主义；讲计划经济，又要讲商品经济；讲社会主义生产，又要讲资本主义的先进的经营管理；讲吸收外国先进东西，又要讲保持我们民族的优良传统。对于洋的、古

的，又如何做到洋为中用、古为今用？

正确的路子是具有中国的特色。

(二)

有人说，电视的出现，“无异于在新闻领域爆发了一次强烈的地震”。的确，电视事业一进入社会，就打破了人类生活的沉闷气氛，如同往平静的湖面扔进一块石头，波澜四起，大有包打新闻天下之势。它大自国内外政策和政治风云变化的趋向、天涯海角的科技、市场信息，小至人们日常生活料理方面的常识，上自天文、下至地理，包括政治、经济、历史、哲学、文学、艺术、戏剧、音乐、体育、卫生，无所不有、无所不包。过去报纸上所说的“难以用语言形容”、“跃然纸上”等词句和各种各样的叙述，描写，电视则可以直接表现，在电视新闻学辞典上，有些语言已不存在了，代之而起的是那些具有影像文化时代的电视型语言。电视型语言，有许多是书面语言所难以解决的，如报章文体的人物通讯，报纸记者通过采访便可以写成稿件发表了。而电视还要用人物活动的一个一个画面去表现。“今天”、“明天”的事可以拍摄，那么“昨天”“去年”和以前的事又怎样去表现呢？总不能让先进人物去“表演”、“演戏”吧！自然主义是不对的，但唯美主义也绝不可取。报纸报道，可以说“这个人在念小学时候就以助人为乐出名”，而电视却难以表达，用电影的“回忆”手法更是新闻真实性原则所不允许的。相反，如果反映一个先进人物的整个事迹，只用“今天”、“明天”的几个镜头做画面，而播音员唠唠叨叨说个没完，那又同广播的“说”和报纸上的文字加图片有何区别？报章文体的人物通讯是否适合电视？这应

该研究。文艺性专题也有类似问题，众所周知，新闻性专题是“动态消息的补充与深化”或称“放大的动态消息”。因为它的长度只不过五分钟、七分钟或十分钟，有几个“今天”、“明天”的镜头就够了。而文艺性专题是同报章文体的报告文学体和散文体差不多，但在“文学手法”的运用上却很困难，报告文学和叙事散文的概念是“新闻事实加文学手法”，而文学手法又如何用画面活动去体现呢？包括“话说长江”、“丝绸之路”也无不具“表演”性质。这种表演性质的戏剧性，是否正确？是否允许存在？电视上的教育性、服务性节目，也都具戏剧性，如“农电的使用与管理”，“怎样洗毛料”等。报纸广播只要形成文字，便可以登报，广播了，而电视则要表演、演戏。这算一种什么文体？应该有个名堂。笼统的沿用报章文体叫它“报告文学”

“散文”都不够合适。这样会给人以错觉，使报章文体的报告文学、叙事散文原意走了样。报纸、广播可以把90%的力量放在编辑部处理通讯员和记者来稿上，而电视则要把90%的力量放在第一线的现场去采访、拍摄。所以，那种认为电视编辑记者可以低于报纸广播编辑记者的说法，是没有根据的、是不了解电视特性的一种表现。

电视的采访编辑工作，是一个群体劳动，一条简短的新闻前期采拍就需要记者、摄像、灯光、录像几个人的相互配合才能完成，后期涉及的人员还要多。他们有的既自成体系又互为体系，互为作用，是多维、多向、多因素、多层次纵横交错的群体网络结构，有着十分复杂的交叉效应。因此，精兵强将在电视来讲是十分重要的。队伍是这样，指挥人员的作用甚至更为重要。按照决策学领导程序：发现问题、确

定目标、收集信息、制定方案、评估和优选方案、贯彻实施、追踪检查等七个阶段。新闻官必须亲自动手，抓住方向目标的制定、评价标准的掌握、方案的优选三个环节，运用系统观念，立足战略高度，统筹全局，方能实施宣传任务，达到既定目标。

（三）

办电视，同报纸、广播不一样，报纸和广播主要靠来稿改编，仅有少量的自采稿；而电视95%的稿要到现场采拍，其工作量相当于报纸广播采编工作的二至三倍。一是设备不可能有那么多，二是人员不可能有那么多，即使设备、人员具有相当数量，也不可能把“镜头”伸向所有地方。依靠社会力量，网罗各方面信息，这是电视宣传的一大特点，也是电视的现场传真的特性所决定的，不这样，电视上就解决不了“温饱”问题。社会上向电视台提供节目需要明确对宣传价值的认识。向电视台提供节目既宣传你那个地方和单位，又间接地向党政机关和人民汇报了你那个地区和单位的工作。从电视台来讲要及时指导，按时发放报道提纲，使节目制作明确要求，避免残、次品和“销路不畅”的节目上世。另外由于电视事业是个高消费的宣传单位，经费全靠国家拨给也同经济发展不相适应。所以近年来在逐步走着一条依靠社会赞助的路子，包括国外也有这种情况，特别是我国看电视还不收费的情况下，利用富裕单位的宣传经费结余，合办一些电视节目已成一种必然。

（原载《内蒙古电视》1988年第3期）