

李 刚 主编

# 荧屏

# 思索

YINGPINGSISUO

—— 辽宁电视台论文集

YINGPINGSISUO

YINGPINGSISUO

辽宁人民出版社

YINGPINGSISUO

---

## 前 言

电视是当今普及率最高的大众传播媒介，其社会影响十分巨大。在许多人的生活中已经离不开电视，同时观众对电视节目的要求也越来越高。

随着社会发展的日新月异，尤其在中国加入 WTO 后又面临新的机遇与新的挑战，电视传媒业自身正在进行新一轮的结构调整。广电集团化、频道专业化等等，已经成为业内改革和探讨的焦点问题。

近年来，辽宁电视台也在积极地探索改革之路。节目改版、有线与无线两台合并、内部管理机制的改革……2002 年 1 月，经过整合后的辽宁电视台推出全新的六个频道，即新闻综合频道（卫视频道）、经济生活频道、文艺影视频道、体育健康频道、科学教育频道、都市生活频道，另外还有试播的数字互动频道，以及新闻中心、专栏节目中心、海外节目中心、电视剧制作中心，调整组建了由广告、节目购销、广告制作等业务联合构成的北方电视传媒。由此，初步形成了多元化与专业化相结合的新的宣传格局和经营布局，从而掀开了辽宁电视台实现跨越式发展的崭新一页。

“导向、精品、效益”，是辽宁电视台节目生产总的指导原则，也是发展的方向，而发展的基础和竞争的关键很大程度上是人才问题。拥有一支锐意进取、训练有素、敬业奉献、业务精良的从业队伍，是当前辽宁电视台事业发展中迫切需要解决的问题。

电视台的从业人员平时多忙于各自的实际工作，理论研究和总结的时间比较少，有些在实践中摸索和积累起来的好的做法和思想火花，没有得到进一步的思索和升华。有些文章，严格来说，属于工作总结、经验介绍、技术运用或新知识介绍。为了有利于互相启发，深入思考，也

收入了本集中。

编辑出版这本《荧屏思索》的目的，就是为了促进辽宁电视台的从业人员了解和思考电视传媒业的发展现状及前景，反思和钻研各自岗位的业务问题，提高理论水平和写作能力，并在实际工作中加以应用，从而提升整体的综合素质。通过人员综合素质的提高，促进各项工作不断上新台阶、出新成果。

当然，这本《荧屏思索》的出版只是一个开始。今后还将使这项工作经常化、持续化、深入化，使积极探索、思考问题、研究业务在台内蔚然成风，并形成一种良好的氛围。

智者先识，勇者先达。理论的见识、业务的水平与探索的精神、实践的勇气，两者缺一不可、相辅相成、相得益彰。

让我们共同努力，为辽宁电视台在新世纪的腾飞做出更大的贡献！

辽宁电视台台长 李 刚

2002年6月

# 目 录

|                             |              |
|-----------------------------|--------------|
| 前言 .....                    | 李 刚 (1)      |
| 坚持先进文化方向 繁荣电视文艺节目 .....     | 黄维诚 (1)      |
| 刍议电视人的意识 .....              | 龚章鸿 (6)      |
| 加快频道专业化建设 推进电视事业的发展 .....   | 张 竞 (11)     |
| 我国媒体资本运营的状况与发展 .....        | 李百鸣 (15)     |
| 加快资本运作 推动产业化进程              |              |
| ——谈广电集团如何进入资本市场 .....       | 魏立宏 (20)     |
| 从媒体竞争到跨媒体合作                 |              |
| ——浅论现代媒体的“竞争”与“合作” .....    | 路竞波 (27)     |
| 电视传媒业的品牌意识 .....            | 佟 旭 (32)     |
| 电视“怪圈”与市场经济意识 .....         | 冯晓煜 (37)     |
| 卫星电视的影响与文化发展对策 .....        | 侯 宇 (41)     |
| 浅谈我国电视加入 WTO 后的新格局 .....    | 李传庆 (45)     |
| 影响节目收视率的因素 .....            | 石峻屹 (50)     |
| 节目编排与媒体运作 .....             | 陈晓梅 (57)     |
| 电视频道的专业化趋势与专业频道策划 .....     | 詹俊飞 刘晓俊 (65) |
| 试论频道如何真正实现专业化 .....         | 王晓刚 (71)     |
| 树立特色 创新机制                   |              |
| ——关于电视频道专业化的几点思考 .....      | 张 翔 (75)     |
| 刍议电视频道专业化改革 .....           | 宋 颖 (81)     |
| 对主流媒体嬗变中城市电视发展问题的若干思考 ..... | 王东伟 (85)     |
| 包装：专业频道的嫁妆 .....            | 崔 楠 (89)     |
| 论播音员和节目主持人素质 .....          | 铁 辉 (94)     |

|                           |               |
|---------------------------|---------------|
| 直播对主持人的要求 .....           | 瑞 来 (100)     |
| 需要创造性的主持形式                |               |
| ——谈电视节目主持人的角色化 .....      | 姚大海 (105)     |
| 由电视新闻的“播”与“说”看“播音员”       |               |
| 向“主持人”的转变 .....           | 张 明 (108)     |
| 对主持人表演的粗浅认识 .....         | 峻 峰 (113)     |
| 谈足球比赛电视解说的三种境界 .....      | 车凯强 (116)     |
| 浅谈电视节目主持人的三种意识 .....      | 杨丽娜 (121)     |
| 电视谈话类节目主持人的风格 .....       | 礼 冰 (126)     |
| 电视主持人的文化心理定位 .....        | 隋明巍 (130)     |
| 关于把握正确舆论导向的几点思考 .....     | 唐 华 (133)     |
| 党性原则是新闻工作的最高原则 .....      | 袁承党 (139)     |
| 关于辽宁新闻宣传工作的探讨 .....       | 王晓岱 (142)     |
| 新闻敏感——电视新闻记者的“魂” .....    | 李 颀 (146)     |
| 电视新闻发展趋势“六论” .....        | 陈 凡 (150)     |
| 重大新闻的远距离电视采访 .....        | 龚 静 (155)     |
| 浅议电视深度报道 .....            | 吴 双 周溪丹 (160) |
| 午间新闻的务实与创新 .....          | 张 弓 (163)     |
| 连续报道——深化新闻文题的手段 .....     | 吉永成 (167)     |
| 整体性：提高电视新闻宣传质量的思维策划 ..... | 高峙平 (171)     |
| 关于改进电视新闻中会议报道和领导同志活动      |               |
| 报道的几点思考 .....             | 郭明航 (176)     |
| 平易近人 通俗易懂                 |               |
| ——电视新闻语言的现实选择 .....       | 张晨辉 (181)     |
| 试论国企报道中的八大关系 .....        | 隋厚平 (186)     |
| 浅议电视新闻的画面与语言 .....        | 刘 楠 (191)     |
| 浅谈电视新闻的“通货膨胀” .....       | 常春光 (196)     |
| 新闻背景——电视新闻报道的点睛之笔 .....   | 王 瑄 (200)     |
| 发挥电视优势 做好现场报道 .....       | 景 佳 (202)     |
| 关于现场采访的思考 .....           | 蒲 刚 (207)     |

|                            |               |
|----------------------------|---------------|
| 电视新闻现场述评的哲学思考 .....        | 杜士德 (211)     |
| 谈电视消息新闻画面情节的不完整性 .....     | 张世琰 (215)     |
| 电视述评中的“画面语言” .....         | 门方玉 (219)     |
| 关于电视新闻“电视化”的思考 .....       | 赫丛年 赵一鸿 (223) |
| 突出重围 大胆创新                  |               |
| ——地方新闻联播的理想化模式 .....       | 陈 丹 (229)     |
| 电视新闻的形象价值与形象采访 .....       | 李玉彦 (235)     |
| 走出社会新闻的误区 .....            | 高光泽 (238)     |
| 关于电视外宣节目制作的思考 .....        | 王晓芳 (243)     |
| 电视新闻应正确运用同期声 .....         | 王雪冬 (247)     |
| 关注隐性传播 .....               | 沈连继 (252)     |
| 专栏节目杂志化的思考 .....           | 徐 亮 阎 巍 (257) |
| 《黑土地》的服务意识及表现形式 .....      | 张志刚 (262)     |
| 关于农业节目创新的几点思考 .....        | 于书生 王铁军 (266) |
| 化刀为水柔中刚                    |               |
| ——批评报道的技巧兼谈批评报道中记者         |               |
| 应具备的能力 .....               | 张铜津 (270)     |
| 环境节目的现状与思考 .....           | 苏雅芳 (275)     |
| 试谈电视法制节目中情感、道德、法律的关系 ..... | 于 珏 (279)     |
| 纪录片：“真实”及其辨析 .....         | 高连城 (284)     |
| 试论纪录片价值取向的人文特征 .....       | 赵东军 (290)     |
| 初探栏目化纪录片的特点 .....          | 李 峰 (294)     |
| 小议纪录片的主体性 .....            | 欧阳海滨 (300)    |
| 浅谈生活服务类栏目的编辑意识 .....       | 张春丽 (304)     |
| 浅谈电视生活服务类节目如何捕捉“看点” .....  | 李 颖 (310)     |
| 电视经济节目运作的前提认识 .....        | 韩晴宇 (315)     |
| 财经证券类电视节目应处理的若干辩证关系 .....  | 李红军 (319)     |
| 有线电视网上证券交易的特点及前景 .....     | 齐丽平 (323)     |
| 电视报道中的空间意识 .....           | 刘贺娟 (327)     |
| 新闻传播媒介在当代休闲生活中的发展空间 .....  | 冯英华 (332)     |

|                          |               |
|--------------------------|---------------|
| 从电视散文《我看见了大海》谈起 .....    | 李铁铮 (336)     |
| 试论电视节目的故事化趋势 .....       | 王 文 沈 晶 (341) |
| 电视文艺导演应具备的素质和技能 .....    | 崔晓彤 (346)     |
| 从“十强赛”看大型体育赛事的电视报道 ..... | 杨荣森 (350)     |
| 浅谈电视体育评论节目的制作 .....      | 熊大力 (355)     |
| 对体育新闻类节目的几点思考 .....      | 林国荣 (360)     |
| 关于体育现场直播的几点思考 .....      | 史江南 (364)     |
| 体育赛事直播对摄像的要求 .....       | 王红兵 (368)     |
| 发达国家和地区健康类节目的现状及启示 ..... | 梁 爽 (372)     |
| 浮出水面的电视健康节目 .....        | 周 萌 (378)     |
| 科技节目可视性初探 .....          | 杨 毅 (382)     |
| 益智类电视节目何以走俏荧屏 .....      | 隋 欣 (387)     |
| 论资讯类节目的几个问题 .....        | 陈 琦 (391)     |
| 试论情感在电视摄像中的运用 .....      | 丁维辰 (397)     |
| 移动摄像的魅力 .....            | 张 兵 (402)     |
| 化妆无痕                     |               |
| ——从为电视主持人化妆谈起 .....      | 苏 嘉 (406)     |
| 浅谈卫视频道的电视节目包装 .....      | 程宇隼 (410)     |
| 谈音乐和音响在电视中的魅力 .....      | 张莉芳 (414)     |
| 谈电视节目包装制作及流程 .....       | 何新军 (417)     |
| 如何使数字音频设备更好地同步 .....     | 姜晓军 (423)     |
| 电视专题类节目的声音创作 .....       | 李秋原 (427)     |
| 双机拍摄同期录音的多声源拾音           |               |
| ——电视剧《今天是个好日子》的录音技术      |               |
| 与声音创作 .....              | 王 炎 (432)     |
| 谈数字电视 .....              | 田庆岭 (439)     |
| 数字演播室节目制作探讨 .....        | 程 力 (442)     |
| 应用于非线性编辑系统的几种压缩方式 .....  | 王玉周 (446)     |
| 体验非线性编辑系统在电视节目           |               |
| 后期制作中的重要地位 .....         | 于江萍 (451)     |

|                                 |               |
|---------------------------------|---------------|
| 数字光纤传输技术在电视系统中的应用 .....         | 田凤斌 (456)     |
| 关于数字演播室的探讨 .....                | 孟旭阳 (463)     |
| 集群式多功能抢答表决系统原理与设计 .....         | 徐 京 王 芳 (467) |
| 播出部设备管理系统 .....                 | 孙笑冰 (471)     |
| 浅谈电视播控中心及数字设备的音频指标 .....        | 刘 放 佟 明 (478) |
| 关于辽宁电视台转播车车体选择的思考 .....         | 杨压难 (484)     |
| 论电视节目声像同步技术 .....               | 李 宁 (489)     |
| 谈电视文艺剪辑的技巧运用 .....              | 李 明 (492)     |
| 浅论电视节目质量与做好技术调整、<br>维护的关系 ..... | 张 涛 (496)     |
| 数码艺术的特技效果 .....                 | 王妮妮 (500)     |
| 网络环境下的新闻资料工作 .....              | 周海旭 (504)     |
| 电视人才需求初探 .....                  | 张 成 (508)     |
| 谈广播电视财务管理 .....                 | 邹文利 (512)     |
| 虚拟冗余路由协议在辽宁电视大厦<br>系统中的应用 ..... | 穆 刚 (516)     |
| 辽宁电视台办公自动化系统的设计与应用 .....        | 马 诚 (521)     |
| 后记 .....                        | (525)         |

---

## 坚持先进文化方向 繁荣电视文艺节目

黄维诚

文艺宣传是电视宣传的重要组成部分，电视文艺节目凭借电视媒体的优势，直接影响着千百万人民群众。随着时代的发展，观众对电视节目的需求越来越多，作为省级地方电视台只有与时俱进，办出丰富多彩的文艺节目，才能满足不同层次的观众需求。

### 一、突出地方特色 打造品牌栏目

日常的电视文艺宣传主要依托文艺栏目，因此精心打造品牌栏目，是提高文艺宣传质量的关键环节。品牌栏目必须有与众不同的个性，有自己的目标观众。打造品牌文艺栏目要注意挖掘地方文艺资源，突出鲜明的地方文化特色。

辽宁电视台的《戏苑景观》在全国众多的戏曲栏目中脱颖而出，被评为“星光奖优秀栏目”，得益于在这方面的努力。这个栏目中有个骨干栏目《听书看戏》，把东北观众喜爱的说书艺术和戏曲表演艺术嫁接，让观众有了新的审美感受。不管是传统戏《铁弓缘》还是现代戏《红灯记》，虽然戏文情节人们都很熟悉，但从田连元的嘴里说出来，观众还是听得有滋有味。俗话说，外行看热闹，内行看门道。说书人的描述、评点，让观众看戏时不仅觉得有意思，而且感到有意味。两种艺术形式的成功嫁接使《戏苑景观》栏目产生了独有的审美魅力。

喜新厌旧是当前电视观众的收视特点，因此打造品牌栏目必须与时俱进，不断创新。辽宁电视台的《评书连播》是全国最早办起来的评书栏目，是文艺栏目中的拳头产品。十几年来，有袁阔成、田连元、刘兰芳、单田芳、叶景林等艺术家，播出了《杨家将》、《水浒》、《百年风云》等一批优秀的传统和近现代题材的评书。1999年，这个栏目组花

费近两年时间，创作了三十集大型现代评书《辽沈战役》。在用评书的形式表现重大革命历史题材上做了成功的尝试，从内容到形式都有突破和创新。说评书一直是一个演员、一张桌子、一个背景，这部书却是借鉴了影视艺术扮演角色的长处，田连元、单田芳、叶景林三位各有特色的艺术家同台表演，女评书演员张洁兰作评点和串联。这种“三说一评”的新形式，是评书连播从传播型向创造性的新发展。这部书在调动电视手段，提高电视画面语言的表现力，以及舞美灯光的设计上也有自己独特的追求。2001年为纪念建党七十周年，这个栏目组又创作了三十集大型革命题材评书《为信仰而奋斗的人们》，在演员形象的塑造、画面艺术的创作、舞美灯光的设计上又有新的发展。这两部书的创作和播出，使《评书连播》这个传统的品牌呈现了勃勃生机。

近几年来，辽宁电视台先后打造了《第二风景线》、《共度好时光》、《三原色》、《七星大擂台》等一批为观众喜欢的品牌栏目。2002年，辽宁电视台又充分挖掘当地小品文化资源，新创建了《小品大观》、《蓝翎俱乐部》两个小品栏目。这些栏目各有特色，相互呼应，构筑了文艺影视频道的品牌体系，使频道的专业化特色更为鲜明。

## 二、树立创新意识 办好大型晚会

大型电视综艺晚会是中华民族节庆文化独特的文化现象。每逢节假日，看电视晚会已是人民群众生活不可缺少的一道精美文化大餐，因此办好晚会是电视文艺工作者的责任，也是电视台综合实力的体现。一台好的晚会既要有民族气派、地域特色，又要吸收外来艺术的精华；既要挖掘和弘扬民族传统艺术，又要紧跟时代步伐，传达时代激情。

辽宁电视台的大型综艺晚会连续四年获得全国“星光奖”一等奖，浓郁的地域特色和时代特色是其独有的风格。晚会的主要创作人员和主要演员都是清一色的“辽家军”，晚会的整体构思和晚会中的单体节目创作，既突出了地域特色，又对外来艺术进行了本土化加工。为庆祝建国五十周年创作的晚会《我和我的祖国》在风格上充分展示了粗犷、辽阔、豪爽的关东自然人文的地域文化风貌，同时又着力表现了辽宁这个老工业基地在改革开放中焕发青春、做出新贡献的社会人文的特色。晚

会中的大型现代舞蹈《脊梁》，舞蹈设计、音乐创作、舞美灯光都吸取了许多外来艺术的精华，具有强烈的时代感；而节目表现的是关东汉子那种勇敢、坚韧、热情、奔放的性格和风貌，这是关东地域文化环境培养出的特有的产业工人的特色。这台晚会中表现一家三代工人为共和国建设和改革开放做出贡献的小品《干杯》、表现辽宁山山水水变化的器乐歌舞组合《辽河从我家门前流》都是既有地域特色又有时代感的好作品。

2001年元旦戏曲晚会《梨园新韵》则是中国传统文化和现代艺术的有机结合。编导用现代理念精心设计编排，借助电视化手段鲜明地展示了中国传统戏曲的魅力。比如戏曲联唱《三嫂》，把京剧《红嫂》、吕剧《李二嫂》、莱芜梆子《军嫂》重新组合、包装，在主要演员演唱的同时配上现代舞蹈和大屏幕画面，产生了极大地震撼力。越剧《回十八》把梁祝中的一个传统唱段配上芭蕾舞伴舞和鲜花蝴蝶的舞美背景给人以美的享受。

作为电视文艺节目仅仅给人们以感观上的快感是远远不够的，只有把快感升华为美感才称得上是审美文化，只有审美文化才是真正满足了观众需求，才称得上是先进文化。

辽宁电视台2001年春节晚会《爱在这方》，2002年春节晚会《红红火火大家园》充满时代感和现代气息，晚会导演在节目表现上把各种艺术形式融合在一起，创造了新的艺术形态，表现了导演对新的审美价值的追求。像开场歌舞《千年红》、《红红火火中国年》把民族歌舞和西方现代舞融为一体；《节目盛典》在歌舞中加入了杂技表演；器乐歌舞《喜梦满乡》用满族舞蹈为器乐演奏伴舞；二人转集锦《家园》，是2002年春节晚会最叫座的节目，赵本山的弟子们表演了各自的二人转绝活，同时又融入了小品、戏曲、杂技等艺术形式。这两台晚会既创造了欢乐、喜悦、狂欢的主体氛围，又表现了深刻的文化内涵，如表现工人、农民改革精神的歌舞《天唱》、《天驹》，用浪漫主义形式表现环保主题的儿童剧《青蛙王子》，表现中国足球队从五里河走向世界的小品《狂欢五里河》。特别是小品《卖拐》被专家誉为是小品创作的一个新成就，时代气息浓，有极深的社会性符号。作品抓住了“大忽悠”的社会

现象，巧妙地向深开掘，加上赵本山、范伟、高秀敏的精彩表演，让观众开怀大笑后又有回味和思考。深刻的思想内涵、锐利的思想锋芒，这是编导做晚会整体构思和编排应当努力追求和实现的。

### 三、立足社会实践 创作艺术精品

建设先进文化，推动电视文艺的发展和繁荣，要在创作艺术精品上下功夫。这就要求创作人员解决好源和流、创作和生活的关系。现在，观众对有些电视文艺节目不满意，究其原因有些节目是照抄照搬港台节目“克隆”出来的，有些节目是创作人员闭门造车、粗制滥造出来的。文艺创作只停留在创作者的侃谈中，停留在宾馆的房间里是没有出路、没有生命力的。实践是文化真正的源，只有立足于社会实践，才能创作出艺术精品。

立足于社会实践，编导和创作人员就要走出浮躁的创作状态，走出“克隆”的怪圈，无条件地投身到火热的生活中去，走进丰富多彩的社会实践中去。从1997年开始，辽宁电视台把编导下基层搞创作，组织演出活动制度化，至今已经组织了几十场下厂、下乡、下部队的慰问演出活动。有的文艺栏日常年在基层，在生产第一线创作演出。送戏下乡到基层，使编导和创作人员开阔了视野，了解了生活，了解了群众，激发了创作热情。近几年，辽宁电视台在综艺、MTV、电视文学、电视戏曲、电视评书等领域都创作了一批有影响的在全国获大奖的精品节目。

立足于社会实践，编导和创作人员就要把握和总结实践中的新鲜经验，着力表现丰富多彩、日新月异的现实生活。在实践中创作，地域的民族的传统文化才会完成和现代文化的碰撞与融合，从中获得滋养。辽宁电视台的编导深入到铁法矿务局、大连造船厂等大型企业生活，创作了表现老工业基地工人在共和国建设和改革中发挥脊梁作用的大型现代舞蹈《天轮》和《脊梁》，音乐电视《中国制造》以及获得“五个一工程”奖的歌曲《有一支歌》等优秀作品。

立足于社会实践，电视台要在管理和政策上为编导和创作人员深入生活创造条件。辽宁电视台对大型文艺节目和重点节目的生产实行了招标、立项、评估制度；对节目方案和节目表现形式，编委会严格审查，

节目播出后，评出相应档次；节目质量直接和编导的分配挂钩，促使编导和创作人员树立精品意识，深入生活，精心制作节目。对于弘扬民族文化的高雅艺术形式，如电视文学、电视戏曲，虽然经济效益不高，台领导从政策上给予扶植，增加节目经费投入，鼓励和保证编导深入生活。电视文学《三原色》栏目曾经创作过《鲜花和芹菜》、《我看见大海》等在全国获奖的优秀作品，是一个有文化品位的栏目。为了扶植这个栏目，台里逐年增加投入，同时多次请全国著名专家为栏目开研讨会，这个栏目的编导深受鼓舞。2001年春节期间，他们冒着严寒到长白山拍摄电视小说《一把炒米》，“七一”前播出后受到观众称赞。他们深入校园和社区，创作拍摄的《花开花落两无言》获得了全国“星光奖”二等奖。2001年，这个栏目被评为全国优秀栏目。2002年上半年他们每期作品都被台里评为A档的优秀作品。

坚持先进文化方向，要以“向前看”为文化建设的取向。作为地方电视台，要立足社会主义的伟大实践，不断进取，努力创新，创作出无愧于时代、无愧于人民的优秀文艺节目，让电视文艺走向繁荣。

（本文作者为辽宁电视台副台长）

---

## 刍议电视人的意识

龚章鸿

意识是人们特有的对客观现实的反映，并且这种反映是能动的。意识使人能够从客观现实中引出概念、思想、计划等来指导自己的行动，从而使行动具有目的性、方向性和计划性。马克思说：“不是人们的意识决定人们的存在，相反，是人们的社会存在决定人们的意识。”就是说，不同的人有不同的意识。那么，电视人应该具备什么样的意识呢？

### 一、电视外，政治的、市场的因素，我们必须面对

第一，导向意识。在建设具有中国特色的社会主义市场经济的今天，我国的电视事业同样也具有鲜明的特色。一方面它是具有政治属性，是党和政府的喉舌；一方面它具有市场属性，它必须用广告收入和其他一些营销方式来维持自身的生存和发展。这种现实，要求电视人第一要有导向意识。电视台首先是党的新闻舆论机构。这一属性决定了它是党和政府的喉舌，是党联系群众的纽带。因此电视舆论的宣传，一定要注意导向。江泽民总书记说，舆论导向正确与否，对于我们党的成长、壮大，对于人民政权的建立、巩固，对于人民的团结和国家的繁荣富强，具有重大作用。舆论导向正确，是党和人民之福；舆论导向错误，是党和人民之祸。因此，任何时候都要把正确的导向放在第一位。传播一些不负责任的信息，或者将电视台简单理解为影剧院和娱乐场都是极端错误的。传播党和政府的声音，反映群众呼声，实行舆论监督，服务大众，寓教于乐，真实、生动、活泼才是办好电视的真谛。

第二，受众意识。受众是电视人的衣食父母。随着物质生活的不断提高，人民群众的文化生活需求也在不断增长，当各种新闻媒体扑面而来的时候，主动权和选择权已经掌握在受众的手中。没有受众的传播只

能坐以待毙。因此,电视人必须研究受众的心理,研究受众的需求。从2002年1月1日的辽宁电视六个频道的推出,从六个频道宣传语中(新闻综合频道——凸显新闻特色,综合地域文化;经济生活频道——热点经济问题定格,贴身经济环境透析;文艺影视频道——感受文艺盛宴,尽享影视天堂;体育健康频道——演绎体坛激情,关注健康人物;科学教育频道——用科技打开视野,用文化提升生活;都市生活频道——展现都市风采,服务都市生活),我们可以读出电视人的苦心。但是这还不够,电视人还需要努力地与时俱进,不断地发展、创新,紧跟时代的脉搏,真切地把握受众,才能使电视深入人心,成为老百姓的生活必需。

第三,竞争意识。据《新中国传媒50年》资料显示,目前我国有报纸2200多种,期刊8000余种。又据2001年的《中国广播电视年鉴》统计,截至2000年底,全国有296座电台、651座电视台,这还没有包括正在迅猛发展的网络媒体。现实告诉我们,当电视作为一种强势媒体崛起之后,现在正面临着严峻的挑战。我们必须居安思危,树立竞争意识,直面来自其他媒体和电视自身发展的挑战。目前各台的电视频道专业化就是竞争的一种产物。随着中国加入WTO,我们还受到来自国外媒体的挑战。电视人在这种内外夹击的空间中要想生存,就要有竞争的意识和本领。现在的电视频道和栏目、节目的克隆,虽然受到种种非议,但是也不失为一种战略,就是紧跟和模仿。但总跟在别人的后面,看着别人的背影,就很难有大的发展。电视人只有不断地学习,勇于探索、创新,有独家的新闻,有独家原创的节目,才能在激烈的竞争中立于不败之地。

## 二、电视内,形式的、内容的因素,我们必须把握

思想上精深、艺术上精湛、技术上精细的电视精品节目,是电视人孜孜不倦的追求。要想在形式和内容上同时把握好每个节目,电视人必须要苦练内功,具备精办电视频道和精办电视节目的意识。

第一,定位意识。虽然看电视现在仍然是中国最广大的老百姓的生活必需,但是要想办一个人人都喜欢的电视频道和电视节目已经是不可

能了。随着电视频道的专业化，电视受众也在不断细化。不同年龄、不同文化、不同层次的观众都在选择自己的频道和节目。因此，开办一个什么样的频道、栏目和节目，都必须要进行周密的市场调查、受众调查，从而来确定自己的受众群体。现在电视台的普遍做法是，有的是根据行业来设定的，例如，科学教育频道、体育健康频道等等，有的是根据收视对象来设定的，例如辽宁台的《黑土地》栏目是专为农民服务的，中央台的《半边天》是专为妇女设定的，《夕阳红》是专为老年人设定的；有的则是为特定的群体设定的，如中央台的《对话》节目，等等。这些定位准确的节目，已经形成了一个固定的收视群，无论在什么时间播出，都会有很好的收视效果。相反，那些定位不准的节目，无论你下多大的气力，最终也不会有好的结果。设计一个频道，开办一个节目，首先就是定位要准确。给什么人看，对他们的心理需求，收视习惯，必须要有一个透彻的了解。

第二，策划意识。策划是办好节目的前提，无论是大栏目，还是小节目，都离不开策划，原创的节目如此，即使是一些内容雷同的节目，经过精心策划的，呈现的效果也是大大优于那些一般表现的节目。但是现在有些编导对策划理解得还不全面，更有甚至是闭门造车，找几个人关起门来，冥思苦想，神侃一通，想当然地“策划”出一些题目和节目，这样的结果，失败是显而易见的。真正的策划是要为电视人提供新的观念、新的思路、新的方法，它包括从构思、分析、归纳、判断，一直到拟定策略、实施方案、事后追踪与评估等过程，策划人必须要深入生活，调查研究，贴近群众，紧跟时代的脉搏，这样才能策划出优秀的节目来。

第三，品牌意识。品牌是商品的标志。当市场经济中的营销概念被引进电视节目制作中时，电视节目已经具有了商品的属性。因此创立品牌，进而创立名牌栏目和节目，便成了电视人的追求。

创立品牌是一个艰苦的过程，它需要电视人辛勤劳动、持之以恒的努力。它需要时间的检验，它需要观众的认可。创立品牌又是一个细致的工作，它贯穿着节目生产的全过程和每个细节。它需要全体电视人的合作，那种一蹴而就和小聪明的做法是绝对创立不了品牌的。电视台

也应该像企业一样，集中优秀人才，在物力和财力上给予充分的保证，来开发和创立名牌节目。

节目的质量是品牌节目的根本。正如名牌产品一样，从内在品质到外表包装都要优秀。在市场经济条件下，广告宣传也是不可缺少的。电视人应该学会利用其他媒体来宣传自己，更要利用电视媒体的优势来宣传自己。在注重质量和注重宣传中，创立品牌节目，创立名牌节目。

### 三、电视间，创新的、发展的因素，我们必须思考

媒体之间的竞争不仅仅表现在电视与其他媒体之间的竞争，同时也表现在电视行业之间的竞争。前者的竞争，电视还可以加上自身优势的砝码，后者则是在同一起跑线上，因此这种竞争更加残酷。这就要求电视人：

第一要有创新意识。这种意识表现在两个方面，一是艺术上的创新，二是技术上的创新。目前的现状是，虽然电视台很多，电视频道很多，但很多节目在观众眼里都是似曾相识。电视业内人士也都知道，这是“克隆”的结果。这种没有创新的节目，时间一长，就无法生存下去。电视人必须要下大力气，制作自己原创的节目，当然这是一项非常艰苦的工作，但是这又是一项非做不可的工作，因为这些创新的节目才是一个台的立台之本，一个台节目实力的体现。电视是一个重装备、高技术的产物，日新月异的电子技术已经成了电视节目发展的基础。技术的优劣直接影响到电视节目的制作和收视。现在数字化技术，硬盘播出，不仅使我们信息传播的速度更快，也使电视节目的质量越来越高。在同行业竞争中，电视人一定要在技术创新方面做到：你无，我有；你有，我好。

第二，人才意识。电视台之间的较量，实质上是电视人才的较量。有了优秀的主持人，电视台就有可能产生好的品牌；有了优秀的策划，电视台就有可能产生好的频道和栏目；有了优秀的编导和摄像，电视台就能制作出精品节目；有了优秀的管理人员，电视台就能充满生机和活力；有了优秀的广告营销人员，电视台就能有充足的资金占领市场；有了优秀的技术人员，电视台就能得到强有力的技术保障。总之，电视台