

十五 普通高等教育“十一五”国家级规划教材
2006年上海市精品课程

复旦博学



新编 广播电视新闻学 (第二版)

吴信训 著

当代
广播电视
教程
·
新世纪
版

复旦大学出版社

复旦博学



当代广播电视教程·新世纪版

新编 广播电视 新闻学

(第二版)

吴信训 著

图书在版编目(CIP)数据

新编广播电视新闻学/吴信训著. —2版. —上海:复旦大学出版社, 2011. 3
(复旦博学·当代广播电视教程·新世纪版)

ISBN 978-7-309-07931-9

I. 新… II. 吴… III. 广播电视-新闻学-高等学校-教材 IV. G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 020728 号

新编广播电视新闻学(第二版)

吴信训 著

出品人/贺圣遂 责任编辑/章永宏

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编:200433

网址: fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

上海崇明南海印刷厂

开本 787×960 1/16 印张 21.25 字数 360 千

2011 年 3 月第 2 版第 1 次印刷

印数 1—4 100

ISBN 978-7-309-07931-9/G·953

定价: 34.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

第二版序

——新信息时代的传媒变革畅想

本书第二版最主要的创新,是增加了新的一章——“广播电视新闻数字化传播”。

正如第一版序开篇的一段话所说:“世界上很难有一部完美的新闻学教材,因为,新闻行业是生产‘易碎品’的行业,转瞬之间,今日新闻就已成明日黄花。新闻的实践与理论每一天都面临着急剧更新的挑战。一部教材实在很难定格新闻瞬息万变、仪态万方的姿态。”从第一版到现在不过短短的五年,可以说,在新闻信息传播领域,就又发生了有史以来最深刻的变革。那就是数字化对新闻信息传播从既往的理论到实践的颠覆与再造。

20 世纪中期,伴随当时信息传播科技的进步与成就,人类被定位为从工业化社会进入了信息化社会。迄今,已有浩如烟海的论著阐述了信息化社会的特征与优势,甚至一度有学者将今天时代的信息化社会界定为“后信息化社会”或“后信息化时代”,颇给人有信息化社会已近尾声之感。笔者却要振臂宣告:数字化才真正体现出信息化社会最经典的特征!用一个拟人的比喻,以数字化为标志的信息化时代,不仅不是“后”信息化时代,而才刚好是“三十而立”的信息化时代,是“壮年代”信息社会。我们无妨将其称为“新信息时代”!

数字化尽管已经通过互联网、电信网、广播电视网为我们铺陈展示了诸多前所未有的奇观与奇感,然而,我们仍然有理由说,只有当新一代互联网(IPv6)、4G 移动通信网、下一代广播电视网(NGB)登场,三网融合,能充分提供无远弗届、无所不在、无所不能的形声并茂即时性传播与互动性传播的时候,信息化社会才真正可谓步入成熟的境界!而那时,数字化所带来的信息化,还将更快速、更丰富地延伸、扩



展,从人类生活方式创新优化、工作方式创新优化,到其他行业的生产方式创新优化、社会管理的创新优化等方方面面。数字化可能带来的信息化前景,真可谓“欲穷千里目,更上一层楼”。

作为与信息传播科技、与数字化关系最为密切直接的广播电视新闻传播范畴,无疑更领受到彻里彻外的洗礼,被催生了电视新闻传播的第三次革命。从理论到实践的创新挑战咄咄逼人,而感悟与应对举措的探索可以说才刚刚揭开序幕。本书第二版新增加的第十一章,只是对目前动态及可预见前景的粗浅梳理,期待抛砖引玉,有更多的力作问世。

本书第二版还对其他各章中所涉及的广播电视新闻理论与实践的一些新发展做了相应修改与补充,更新了部分案例。博士生王建磊协助了新增第十一章中部分资料整理和初稿撰写。

此外,本书有幸被评为“十一五”国家级教材以及第二版的修订出版,也与复旦大学出版社编辑们尤其是章永宏先生的倾力支持分不开,谨再表谢忱!

吴信训

2011年早春于上海

第一版序

世界上很难有一部完美的新闻学教材,因为,新闻行业是生产“易碎品”的行业,转瞬之间,今日新闻就已成明日黄花。新闻的实践与理论每一天都面临着急剧更新的挑战。一部教材实在很难定格新闻瞬息万变、仪态万方的姿态。

物换星移,本书的可谓处女版本——《实用电视传播学》的出版已是16年前的事。21年前的1985年,我有幸第一次公派到日本留学,主攻广播电视传播学。那时,中国的广播电视新闻学教育与理论研究还处于刚刚起步的阶段,有关著述更是寥寥无几。记得我与广播电视新闻的正式结缘,可以从1982年算起。从四川大学中文系77级毕业留校在新闻专业任教,讲授《新闻学概论》,同时准备《广播电视新闻学》课程。当年,适逢一个机会,担任编导,和四川电视台的一位记者共同拍摄一部反映空军的新闻专题片,使用的是16毫米电影摄影机,并且,第一次尝试了直升飞机航拍。由此,使我对电视新闻的实践有了一次深切的体会。但当时,除了从报学理论与实践获得的新闻基础感觉之外,电视方面的理论准备则可以说主要都是从电影理论中获取灵感。所以,在日本留学时,每当我跨进学校现代化的图书馆,浏览着汗牛充栋的广播电视学图书资料时,心中就阵阵漾起难以抑制的激情,想尽快把国外的这些知识带回自己的祖国,用于教学科研及实践中去。回国后,我正式开设《广播电视新闻学》、《电视传播学》等课程。还有幸的是,学校在外汇十分稀缺的情况下,为我购买了一套和当时省级电视台新闻部设备水平相当的广播级电视新闻摄录设备,同时,我被四川电视台正式聘请为特约记者,使我能理论与实践密切联系。于是,我当自己的讲义在教学中试用修改之后,于1990年出版了《实用电视传播学》这本书。当年金秋时节,首届中国西部广播电视协作会议在西藏拉萨召开。西部12个省广播电视厅、电台、电视台的首脑们汇聚一堂,共商西部广播电视协同发展的大计。会议邀请我就发达国家广播电视的发展做了一个专题演讲。还带着油墨清香的《实用电视传播学》也有幸藉此比较广泛迅速地得到同行专家们的检验与教正,受到社会广泛的好评。除了不少高校用作教材外,不少地区的电视台也购买作为从业人员的业务参考书。但是,很快我就已经感到了这本书的局限,想予以修订。尤其是1991年,我又赴日本东京大学新闻研究所从事研究,发现当时西方发达国家已经在对信息



时代传播的一系列前沿课题进行了研究了,比如当时国内还闻所未闻的“新媒体”、“社会信息学”等。回国后,为急着先将国际最新、最前沿的研究动态和知识传播给国内,赶写《世界大众传播新潮》一书出版,紧接着,又应四川省广播电视厅邀请,兼职参与领导创办四川有线广播电视台,并兼任台长助理,一晃又是数年光阴。其后,又是其他更急的教学科研冲击。就这样,尽管在对每一届本科生、研究生的广播电视新闻教学中,教材及教学方法都在不断改变与探索,并且,自己担任主讲的《广播电视新闻学》课程还有幸被评为上海市精品课程,但正式修订重写出版的愿望却直到现在才变为现实。

本书建构了一个完全创新的体例,力求更丰富扎实的知识点,深入独到的理论见解,融会贯通的实用性。

第一章:提纲挈领阐明广播电视新闻特殊的社会价值,以及广播电视新闻的定义、内涵,并对广播电视媒介的特性和优势作了富有独到见解的论述;

第二章、第三章和第四章、第五章互为呼应,首次分别从广播电视反映新闻信息时的外部结构样式特点和内容叙事特征着眼区分体裁,以及从广播电视反映新闻信息时的内容所属领域着眼区分类别,从题材与类别的区分与联系上,对不同领域广播电视新闻传播中的不同体裁运用的基本规律与要领,作了全面的深度的解析。

第六章至第十章对广播电视新闻节目从前期采访到后期制作、播出各环节的重要理论与实践问题进行了更全面、透辟的解析。

同时,本书针对广播与电视虽然媒介手段有所不同,但因也有同属电波媒介的若干共性,就其新闻报道的体裁、类别而言,却是基本相通的,只是在其具体传情达意的叙事表现上,如何发挥各自的媒介特性与优势,有其不同的特点及要领,所以,本书就其每一种体裁、类别,先论其共性,再分述其个性,既有利于触类旁通,节约篇幅,又有利于从彼此的联系与区别中,更便捷地理解把握各自的特点与要领。

本书在成书过程中,研究生王建磊、万国燕、鲍春燕、唐海曼、张收鹏、袁玉丹、周婵、张弦、周旻、博士生李晓梅参与了第二章、第三章、第七章中部分资料的整理和初稿撰写。复旦大学出版社编辑章永宏先生给予了倾诚的支持。谨致衷心的感谢!此外,本书还参考了国内外众多相关论著及前沿性成果,亦在此表示敬意与谢意。书中尚存的不足,还请同仁学友教正。

衷心期望本书及其作者能成为钻研广播电视新闻的广大学子及业界人士的契友!

吴信训

2006年炎暑于上海

目录

第二版序言	1
第一版序言	1
第一章 广播电视新闻原理	1

第一节 广播电视新闻特殊的社会价值	1
一、至关重要的广播电视新闻	1
二、世界广播电视新闻事业的发展	4
第二节 广播电视新闻的定义、内涵与特性	8
一、广播电视新闻的定义与内涵	8
二、广播电视新闻的特性与优势	10
本章小结	13
思考题	14

第二章 广播电视新闻体裁(上)	15
-----------------------	----

第一节 广播电视新闻消息	15
一、广播电视新闻消息的内涵与特征	15
二、广播新闻消息的概念、特点及要领	16
三、电视新闻消息的概念、特点与要领	17
第二节 广播电视深度报道	26
一、广播电视深度报道的涵义与特点	26
二、调查性广播电视深度报道	33
三、评论性广播电视深度报道	35
四、访谈性广播电视深度报道	37
五、广播电视连续报道	40



六、广播电视系列报道	48
七、广播电视专题报道和特别报道	54
本章小结	56
思考题	56

第三章 广播电视新闻体裁(下) 57

第一节 广播电视新闻解说与评论	57
一、广播电视新闻解说、评论节目的生成与发展	57
二、广播电视新闻评论节目的概念、特点与要领	61
第二节 广播电视新闻谈话节目	67
一、广播电视谈话类节目发展概观	67
二、广播电视新闻谈话类节目的社会功能	75
三、广播新闻谈话类节目的特征及要领	77
四、电视新闻谈话类节目的特征及要领	79
第三节 广播电视新闻现场直播报道	87
一、电视现场直播报道——电视新闻传播的独家优势	87
二、现场直播报道的运筹	88
本章小结	96
思考题	96

第四章 广播电视新闻类别(上) 97

第一节 广播电视时政新闻	97
一、时政新闻的概念	97
二、广播电视时政新闻的诞生与发展	97
三、广播电视时政新闻的特点和选题	101
四、广播电视时政新闻报道的创新求变	103
第二节 广播电视经济新闻	110
一、广播电视经济新闻的概念及类别	110
二、经济新闻的发展脉络	111



三、广播电视经济新闻的特点及要领	113
四、中外广播电视经济新闻的品牌媒体	117
第三节 广播电视民生新闻	125
一、民生新闻的概念与特征	125
二、民生新闻的源起与发展	131
三、民生新闻产生及兴起的原因	134
本章小结	136
思考题	137

第五章 广播电视新闻类别(下) 138

第一节 广播电视法制新闻	138
一、广播电视法制新闻的概念、内涵及发展	138
二、广播电视法制新闻节目的类型和特点	140
三、广播电视法制新闻节目的要领	142
第二节 广播电视文化新闻	145
一、广播电视文化新闻的内涵及内容构成特点	145
二、广播电视文化新闻的社会功能	147
三、广播电视文化新闻的要领	150
第三节 广播电视体育新闻	153
一、世界广播电视体育新闻的发展历程	153
二、广播电视体育新闻的定义及其主要特征	154
三、广播电视体育新闻的主要报道形式及要领	158
四、中国广播电视体育新闻报道的新特点	164
本章小结	165
思考题	165

第六章 电视新闻采访 167

第一节 电视新闻采访的定义及特殊性	167
一、电视新闻采访的定义	167



二、电视新闻采访的特殊性	167
第二节 电视新闻采访的艺术	168
一、电视现场采访	169
二、电视隐性采访	176
本章小结	180
思考题	180

第七章 电视新闻拍摄 181

第一节 电视图像的景别	181
一、电视图像景别的划分	181
二、电视图像景别的意义	182
三、电视图像景别的特性	186
第二节 电视图像构图的基本美学原则	186
一、和谐与协调	187
二、形散与神聚	189
三、诗意的运动	191
四、电视新闻摄影构图的特殊美学规律	193
第三节 摄像机运动的艺术	193
一、摄像的正确姿势	193
二、摄像机运动的基本形式及拍摄要领	194
三、摄像机运动的意义	196
第四节 电视新闻拍摄的用光艺术	198
一、电视照明的基本原理	198
二、电视新闻拍摄的自然光运用	209
三、电视新闻演播室布光	214
本章小结	220
思考题	220



第八章 电视新闻编辑 222

第一节 电视新闻解说词写作	222
一、解说词与画面的关系	222
二、解说词的作用	223
三、解说词的写作规律	227
四、电视新闻解说词的结构	229
五、电视新闻稿的形式	232
第二节 电视的音响与音乐	233
一、音响的作用	233
二、电视音乐的特性	237
第三节 电视画面的编辑	241
一、电视编辑的概念及内涵	241
二、电视编辑的意义	242
三、电视编辑的艺术	243
四、线性编辑	259
五、非线性编辑	260
本章小结	261
思考题	261

第九章 电视新闻的播音与主持 263

第一节 电视新闻节目播音员、主持人的内涵	263
一、播音员与主播的内涵	263
二、电视新闻主持人的内涵	264
三、电视新闻主持人的角色定位	270
四、电视新闻主持人的理想模式——明星主持人制	271
第二节 电视新闻主持人的魅力元素	274
一、精神的人文化	274
二、知识的专业化	276



三、能力的职业化	277
四、风格的个性化	279
本章小结	282
思考题	282

第十章 电视新闻的编排 283

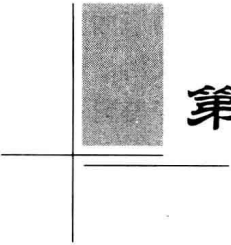
第一节 编排与编成的内涵及意义	283
一、编排的内涵	283
二、编成的内涵及意义	284
第二节 编排的管理与实施	286
一、编排的管理程序	286
二、编排的实施原则	287
第三节 电视新闻节目播出的编排	290
一、传者意念与受众趣味的间离	290
二、影响节目播出效果的主要编排因素	292
三、节目播出编排的要领	293
四、节目播出编排的形式	296
五、电视新闻栏目的编排形式	299
六、树立节目创新的“先导”意识	301
本章小结	302
思考题	303

第十一章 广播电视新闻数字化传播 304

第一节 电视新闻传播的三次革命	304
一、电视新闻传播诞生的初因	304
二、电视新闻传播的第一次革命	305
三、电视新闻传播的第二次革命	306
四、电视新闻传播的第三次革命	308



第二节 视频网站与电视新闻传播	310
一、视频网站成为电视新闻传播的新型扩展平台	310
二、视频网站上电视新闻传播的前景	317
三、公民视频新闻的兴起、特征、意义及思考	320
本章小结	326
思考题	327



第一章 广播电视新闻原理

第一节 广播电视新闻特殊的社会价值

一、至关重要的广播电视新闻

迄今为止,现代人实际上是生活在媒体新闻影响,尤其是广播电视新闻(更首推电视新闻)的影响之中。1987年,美国新闻传播学者仙托·艾英戈、唐纳德·R·金德主持完成了一项在传播学领域具有世界性和历史性学术影响的试验《至关重要的新闻——电视与美国民意》,其研究结果揭示:

“20世纪五六十年代的大众传播研究得出的普遍结论认为,媒体宣传只会产生‘极小的后果’(minimal consequences)。随着实验方法被人们逐渐接受,我们对媒介的接触情况可以作更精确的研究和更为先进的数据分析,于是这种极小的后果被重新定义。”

“‘媒体政治’已经无处不在,不仅存在于美国,在其他国家也一样。……可以毫不夸张地说,使用——甚至操纵——大众传媒以促进政治目标的实现,不仅是标准的操作方式,而且已经成为一种生存的需要。”^①

“电视新闻是能够决定在大众脑海中闪现什么的最重要的力量。通过事先强调(priming)国家生活中的某些方面而忽略另外一些方面,电视新闻把人们的政治判断和政治选择限定在一定范围之内。”^②

“通过铺垫效果(把观众的注意力吸引到政治生活的某些方面,而忽略另一些方面),电视新闻可能会为政治判断和政治选择定下基调。”

① [美] 仙托·艾英戈、唐纳德·R·金德著:《至关重要的新闻——电视与美国民意》,刘海龙译,新华出版社2004年版,第1—2页。

② 同上书,第8页。



“随着电视成为美国人生活的核心,电视新闻成为美国人获取政治新闻独一无二的、最重要的信息来源。……无论是与非,电视新闻已然成为美国政治活动中一个定期的参与者。……每天晚间电视新闻里的报道,强有力地影响着美国人对社会和国家的看法。”^①

大家知道,1972年,当美国传播学者马克斯韦尔·麦考姆斯(Maxwell McCombs)和唐纳德·肖(Donald Shaw)在《舆论季刊》发表《大众传播媒介的议题设置功能》时,议题设置一开始就是一个政治传播的话题,围绕竞选、政治人物形象评价、政治决策等展开。由于政治生活在现代人社会生活中至关重要的地位,生存利益相关性上高度的密切性,所以,随着研究的深入,大众传媒的议程设置功能的存在与能量,日益有力地彰显,并成为普遍的共识。

人们更加清楚地认识到,“媒介在政治这一主要新闻报道领域中占据了优势(压倒其他信息来源)”^②。“从民主政治的角度来看,现代社会中,大众传媒中的新闻却是至关重要,已经成为多元政治能否顺利实现的一个关键因素。”^③

同时,人们还认识到,正如仙托·艾英戈、唐纳德·R·金德的研究结果所揭示:“电视新闻的独特之处不仅在于其聚焦点——主要关注国家特别是总统——而且也在于其表现形式。电视新闻不会有歧义、含糊和不确定。它是,或者是它的架势让人觉得是权威的新闻。P·H·韦弗(P. H. Weaver)提出:……‘电视新闻节目的解说、人员的选择和播出的各个方面的设计,几乎都用来造成一种权威与全知全能的印象。这一点在总主持人(anchorman)身上体现得最为淋漓尽致——沃尔特·克朗凯特是一个典型的例子——他看上去像一个神:他可以随心所欲地召唤人物、事件和图像;他的口气不容置疑;所有事件都在他的身边发生和结束’。电视的这层权威的外衣甚至延及在现场的电视记者,他总是站在塔顶,傲视视野中的各种问题,他‘权威而自信地谈论着眼前的每一件事:人物、事件、动机、目的、意义、重要性、趋势、危机、问题、解决——所有的一切他都能够完美的理解,他在高谈阔论时是根本不会使用‘如果’、‘而且’、‘但是’这样的字眼的,他所说的一切都毋庸置疑’。大多数美国人在大多数时间里,似乎会认为这种权威性不容怀疑,根据各种全国调查,美国人在很大程度上相信,电视——而不是杂志、广播和报纸——能

① [美] 仙托·艾英戈、唐纳德·R·金德著:《至关重要的新闻——电视与美国民意》,刘海龙译,新华出版社2004年版,第165页。

② [美] 马克斯韦尔·麦考姆斯、唐纳德·肖:《大众传播媒介的议题设置功能》,参见张国良主编:《20世纪传播学经典文本》,复旦大学出版社2003年版,第420页。

③ 达尔著:《民主理论的前言》,三联书店1999年版。



够向他们提供最理智、最全面和最公正的报道(Bower 1985)。”^①

电视新闻对大众生存及社会发展的重大影响,当然不只在政治领域。电视在政治新闻报道领域的表现及其意义,只是一个典型的缩影。亚洲金融风暴、印度洋海啸、非典、奥运、世博、宇宙飞船升天、世界小姐大赛,等等,无论在经济、自然、医疗、体育领域,还是科技、文化等领域,电视新闻无处不在,最强有力地吸引着人们的视线。

在我国,早在1981年11月16日,中共中央书记处也明确地指出:“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。”^②1983年中共中央37号文件中指出,“新闻性节目是广播电视宣传的骨干”。这就明确规定了广播电视新闻性节目在广播和电视中的骨干作用和主体地位。

当然,人们也理智地认识到另一个方面。正如仙托·艾英戈、唐纳德·R·金德的研究结果中也分析到的:“电视新闻可能通过其出色的报道和深入的分析,赢得了公众的信任。然而仅仅是有可能,我们怀疑,这种信任来自电视装腔作势的权威性。美国人过分地相信电视晚间新闻了。”

人类的历史在很快地过去,也在很快地发展。今天,又涌现了互联网、手机等新媒体,它们同样也能传播形声并茂的图像新闻,诸如IP电视、手机电视。然而,应当指出,在本质上,它们传播的仍然是电视新闻,只是利用一种新的传播介质,而以图像和声音综合构成的新闻节目的基本语言特征、基本语法规则、基本样式特征、表现形式并没有本质差异。在某种意义上可以说,就电视新闻的传播而言,互联网、手机等新媒体,只是电视新闻传播平台的扩展与延伸。当然,由于互联网、手机等新媒体的特质,在这些新媒体上传播的电视新闻,在构成样式、传播模式等方面会有某些新的发展与变革,并形成某些新的特点,比如互动性、点播性、延时性,同一新闻主题的多层次多元链接结构随机选择进入性,手机电视新闻的更为简洁明快性等。据2009年12月19日中央电视台发布的“2007年全国电视观众抽样调查”报告显示,尽管不同类型媒体的竞争日趋激烈,但电视仍然是人们接触的最主要的媒体。2007年,中国4岁以上的观众总数达到12.05亿人,比2002年全国电视观众抽样调查时的数据增加了9000万人。95.05%的人经常或几乎每天都收看电视,人们经常接触的媒体依次是:电视、报纸、书籍、杂志、广播、网络。调查还

^① [美] 仙托·艾英戈、唐纳德·R·金德著:《至关重要的新闻——电视与美国民意》,刘海龙译,新华出版社2004年版,第181页。

^② 徐光春主编:《中华人民共和国广播电视史》,中国广播电视出版社2003年版,第211页。