

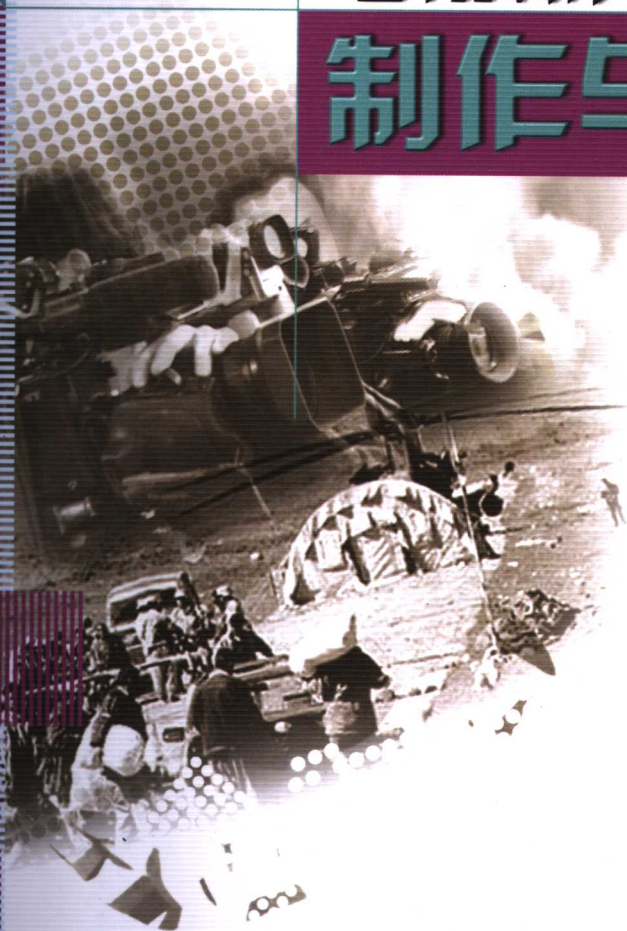


实用电视节目制作与播出丛书



电视新闻节目 制作与播出

徐 威 主编



中国广播电视出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

电视新闻节目制作与播出/徐威主编. —北京: 中国
广播电视出版社, 2005. 1

(实用电视节目制作与播出丛书)

ISBN 7-5043-4483-4

I. 电... II. 徐... III. 电视新闻—电视节目—制作

IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 118354 号

电视新闻节目制作与播出

主 编	徐 威
策 划	王 越
责任编辑	任逸超
封面设计	张一山
责任校对	张 哲
监 印	陈晓华
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条 9 号 (邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	北京海淀安华印刷厂
装 订	涿州市西何各庄新华装订厂
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
字 数	290 (千) 字
印 张	24
版 次	2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷
印 数	4000 册
书 号	ISBN 7-5043-4483-4/TN·313
定 价	47.00 元

(版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换)

实用电视节目制作与播出丛书

编委会主任

何宗就

主 编

徐 威

编 委

(按姓氏音序排列)

曹 青 黄 辉

李建成 梁建增

林 芝 刘中胜

路晓俐 马 炬

缪暑金 任逸超

田敬改 王轲平

王 晰 王 越

吴达审 徐 威

张宝安 张晓海

策 划

王 越

主 编

徐 威

撰 稿

(按姓氏音序排列)

崔红旌 崔 杰

邓博文 丁京平

高 歌 顾 云

韩东光 韩 愈

贺建伟 李晶颐

梁建增 任永蔚

沈 忱 苏朝伟

王 晰 王新玲

王燕菊 王 扬

王 志 吴丽燕

肖 航 杨金月

袁 辉 苑 文

张敬邦 张 军

张施磊 张 勇

特约编辑

王 越

执行编辑

肖 航 高 歌 吴丽燕

序

“千里眼”是迷人的神话传说，还是消失的人类文明？是远古奇异的视觉，还是祖先狂放的梦想？我们不得而知。但电视的诞生，使“千里眼”变为活生生的现实，我们足不出户，便能看到万里江山，听到天籁绝响，感到盈盈情谊。

电视是随着世界范围内科技革命而产生的，在科技发展的浪潮中，电视的发展越来越迅速。当今世界，电视传媒业赖以生存和发展的物质基础、社会环境、技术条件均发生了深刻的变化。这种变化源于电视技术与数字信息技术的交融合流。正是在数字信息技术的影响下，电视传媒业的新设备、新系统、新模式、新方法、新观念……这一系列从技术层面到理念层面的“新东西”不断涌现，层出不穷。人类成就和发展了电视，电视回报和服务了人类。电视成为全世界人民沟通信息、交流文化、相互了解的最大和最直接的媒介，电视在全球经济、政治、文化、社会发展中的地位与作用也与日俱增。

与世界电视发展同步，中国电视近年来取得了长足的发展。虚拟演播室、电视转播车、高清晰电视，数字信号应用、卫星传输、付费电视开播等，使我国人民看

到更多更好的电视节目。电视已经成为我国社会生活的重要内容,成为广大电视观众日常生活的组成部分。电视的普及极大地满足和丰富了人民群众的精神文化生活,提高了人民群众的欣赏水平 and 要求;不断提高的电视观众欣赏水平 and 要求,促使我国电视不断发展与进步。

面对我国庞大的电视观众群体,如何制作和播出更加丰富、更加精美的电视节目,这是值得每个电视人思考的课题,也是每个电视人的责任与使命。

有人说,电视是粗糙的,没有美的艺术,电视艺术都是靠硬性的技术和弹性的人去解决的。这种看法不完全正确,但却说明人对电视技术的运用、对电视内容的把握、对电视质量的提高及对电视艺术效果的追求是没有止境的。

电视是技术与艺术的结晶。电视理论、技术与方法具有很强的应用性、实践性。电视人在采访、编辑、制作与播出电视节目中的实践经验、心得体会、理论思索是一笔宝贵的财富。挖掘、推广和应用这些成功的理论与方法,对不断改进和提高电视节目制作与播出水平,更好地做好新闻宣传和舆论监督工作,满足广大电视观众日益丰富的文化社会需要等方面都具有重要意义。为此,中央电视台技术管理办公室组织编辑了《实用电视节目制作与播出》丛书。

《实用电视节目制作与播出》丛书,分别从技术、艺术、管理等方面介绍和论述电视理论与方法。其中,《电视新闻节目制作与播出》、《电视转播车》、《数字电视音视频网络技术》、《电视节目传输与广播》侧重技术范畴;《电视节目声音与制作》、《电视节目包装》、《电视演播

室》侧重艺术范畴;《电视节目制作与播出管理》则侧重管理范畴。

本套丛书特点鲜明:一是作者多为中央电视台各电视领域的资深人士;二是内容全面,涉及电视节目生产制作播出及收看等全过程的理论与方法;三是内容主要是关于电视艺术创作与技术应用的经验实录;四是立意新颖,分册分章节编辑形式独特,体系科学完整合理;五是论述深入浅出、难易结合,实用性、针对性强。

在策划、组织编辑这套丛书时,我们希望至少能够实现以下目的和意图:

首先,电视技术的艺术化表达。这套丛书的作者结合各自丰富的电视实践经验,科学地总结自己对电视的感悟和体会,论述任何运用电视技术达到良好的电视艺术效果,而非枯燥难懂的电视技术原理。

其次,电视艺术的合理穿插。电视技艺本为一体,电视技术是手段,电视艺术是目的。通过电视技术实现电视艺术的完美境界和良好的收视效果,是电视人的职业追求。电视技术与电视艺术的互动依存关系在本套丛书中得到了充分体现。

第三,电视新技术的个案剖析。本套丛书并不是从理论上告诉读者新技术原理及使用方法,而是从中央电视台实际使用电视新技术的大量实例中精选个案,让这些成功个案的主人用通俗易懂的语言讲解运用新技术的方法和碰到的问题。

第四,本套丛书的作者基本上处在中国电视生产与传播的前沿阵地,既有独特丰富的经验,又有一定的理论思考能力。他们的经验与智慧是难得的财富,不仅是初学者的良师益友,对电视理论和实践工作者也有普遍

指导意义。

中国有句古话：“技进乎艺，道也。技者，技术也；艺者，艺术也；道者，规律也。”技术、艺术并非绝然独立，二者通过人的勤奋、智慧、灵感相互转化，相互依存。技是艺的基础，艺乃技之延伸。技、艺、道，是一切劳动过程中方法论的总结，电视制作也不例外。相信读者读过这套丛书后，会从电视制作的各个环节来参悟“技”、“艺”的内涵，发现电视系统管理的规律性，进而慢慢懂得容千里之外于咫尺之间的电视之道。

本套丛书的每位作者都具有丰富的电视工作实战经验，具有对电视百折不挠的热爱，具有对电视独到的见解，具有对发展中国电视的责任心使命感。正是由于他们的执著追求与探讨，由于他们在繁忙工作中克服各种困难将自己的理论思考和实践经验形成文字，使这套丛书得以编辑出版。在此，谨对他们致以衷心的感谢和真诚的敬意！

本套丛书由中国广播电视出版社出版发行。这套丛书由于篇幅较大，作者多，在写作风格、文字表述上难免不一致，同时由于编者及作者水平的原因，也难免存在不妥甚至错误之处，谨请读者批评指正。

中央电视台技术管理办公室主任 徐 威

2004年10月28日

目 录

序

第一章 电视新闻节目制作与播出原则

第一节	新闻性原则——新闻思维	1
第二节	政治性原则(党性原则) ——政治性思维	10
第三节	电视化原则——电视化思维	14
第四节	系统化原则——系统结构思维	19

第二章 消息类电视新闻节目制作与播出

第一节	消息类电视新闻节目 制作与播出特点	28
第二节	《新闻联播》的制作与播出	45
第三节	《中国新闻》和 CCTV-4 新闻节目制作与播出	61
第四节	《英语新闻》的制作与播出	68

第三章 评论类电视新闻节目制作与播出

- 第一节 评论类电视新闻节目制作
与播出特点 80
- 第二节 《焦点访谈》的制作与播出 95

第四章 谈话类电视新闻节目制作与播出

- 第一节 谈话类电视新闻节目
制作与播出特点 108
- 第二节 《面对面》的制作与播出 122

第五章 电视新闻节目摄像

- 第一节 摄像机工作原理及主要技术指标 144
- 第二节 摄像机类别和构成 149
- 第三节 摄像机基本操作 157
- 第四节 准确把握电视新闻类节目摄影的
几个关系 163

第六章 电视新闻节目编辑

- 第一节 模拟录像机和数字录像机 171
- 第二节 录像机组成、工作原理、性能指标 175
- 第三节 录像机操作使用技能 180
- 第四节 两种编辑方式：组合和插入 186
- 第五节 录像技术的发展 188

第七章 电视新闻节目包装

第一节	普通特技、键控特技、 数字特技概述	192
第二节	各种数字特技效果和形成方式	193
第三节	字幕机使用和技巧	202
第四节	节目包装整体风格形成	211

第八章 电视新闻节目声音处理

第一节	电视新闻节目前期声音采录	215
第二节	电视新闻节目中声音的后期制作	223
第三节	电视新闻节目的音乐合成	226

第九章 电视新闻演播室系统设计

第一节	视频系统	228
第二节	音频系统	241
第三节	延时系统	250
第四节	灯光系统	256

第十章 电视新闻节目直播

第一节	电视新闻节目的直播	279
第二节	电视新闻节目演播室直播总体架构	285
第三节	电视新闻现场直播的发展历程	289

第四节	电视新闻现场直播的核心价值	300
-----	---------------	-----

第十一章 电视新闻共享系统

第一节	电视新闻共享系统规划	319
第二节	电视新闻共享收录系统	325
第三节	电视新闻生产数据化	331
第四节	电视新闻数据化存储	341

第十二章 重大新闻事件现场直播

第一节	建国 50 周年现场直播	350
第二节	攀登珠峰现场直播	359
第三节	南极科考现场直播	367

附 录	撰稿人名单	372
-----	-------	-----

第一章

电视新闻节目制作与 播出原则

第一节 新闻性原则——新闻思维

一、电视新闻

什么是电视新闻？电视新闻的实践工作者和理论研究者们力图从各个角度各个层面来阐释电视新闻这一概念，目前业内较为认同的是《中国应用电视学》（北京师范大学出版社）中对电视新闻的陈述：电视新闻是以现代电子技术为传播手段，以声音、画面为传播符号，对新近或正在发生、发现的事实的报道。这个定义是全国电视学研究委员会主持完成的“电视新闻节目分类与界定”研究项目中专家们的研究成果之一，它在界定“电视新闻”时至少有两层含义：其一，电视新闻作为新闻的分支，具有新闻的共性。早在1943年陆定一就指出“新闻是

新近发生的事实的报道”。电视新闻也是新近发生的事实的报道，它同样遵循新闻的共性规律和原则。而且，由于新闻实践的发展，新闻的定义已经自然延伸为对新近或正在发生、发现的事实的报道，这是所有新闻的共性。其二，电视新闻作为新闻的分支，具有不同于其他新闻的个性。它以传播手段和传播符号两方面为代表阐释了电视新闻不同于报纸新闻、广播新闻而只为自己所有的个性特征，即“以现代电子技术为传播手段，以声音画面为传播符号”，这是此物区别于彼物的关键所在，也是电视新闻的“魅力”所在。电视新闻凭借其声画并茂，现场直传的特质而影响巨大，传播广泛。

电视新闻的外延又有广义和狭义之分，狭义的电视新闻通常指中央电视台《新闻联播》、《晚间新闻》、《新闻30分》等消息类电视新闻报道，广义的电视新闻则指荧屏上所有传递新闻信息的各种新闻节目的总称。

二、电视新闻传播内在规律与电视新闻传播要素

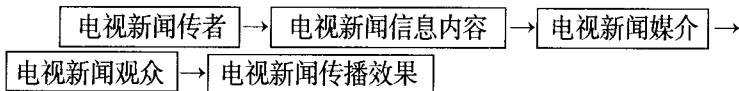
事物内部、事物之间固有的、本质的、必然的联系，我们称之为规律。任何一门学科都有规律可循，新闻也不例外。电视新闻传播规律是指任何电视新闻传播活动都必须遵循的规律。这种规律客观存在于电视新闻传播活动中，不以人们的意志为转移，无论任何时代、任何地区、任何国度，只要是电视新闻传者或媒介，就应该懂得遵循电视新闻传播规律，以求得理想的传播效果。

电视新闻传播活动内部各要素之间的必然联系，我们称之为电视新闻传播的内在规律。电视新闻传播活动与外部其他因素的关系，如政治、经济、艺术、宗教等之间的制约关系，我们称之为电视新闻传播外部条件制约的规律。

列宁曾说：“规律就是关系。”要深入分析电视新闻传播的内在规律，就必须从分析电视新闻传播过程，分析构成电视新

闻传播过程的诸要素,以及要素之间的联系开始。

美国政治学家哈罗德·拉斯韦尔在1948年发表的一篇论文中,提出了传播研究中的一个历史性命题:通过回答五个问题来描述传播行为,即:谁(who)→说了什么(says what)→通过什么渠道(what channel)→对谁(to whom)→取得了什么效果(with what effects),这就是通常所说的5W模式。作为新闻传播分支的电视新闻传播,从本质上看也没有离开这一传播的基本过程和基本模式,对这五个问题的回答也就延伸出了电视新闻传播的五要素。用图示表示就是:



这些要素在电视新闻传播过程中相互影响,相互制约,从而构成了电视新闻传播活动的内在规律。

1. 电视新闻传者(即新闻传播学中的传者、信源)

电视新闻传者处于新闻信息流向新闻受众的入口处,是电视新闻传播过程中具有极大“权力”和主观能动性的“把关人”,他们对于新闻信息的筛选、拍摄、剪辑行为决定了受众从他们这里能看到多少新闻,能看到什么样的新闻。但他们对权力的使用又受到许多因素的制约,他们对新闻的选择和加工必须遵循一系列的标准和原则,必须充分考虑到电视受众的需求和期待,必须受制于电视媒介表现方式。而且,他们还担负着反映民情民意、反映社会舆论的职责,这都要求他们要慎重地选择和加工新闻。

2. 电视新闻信息内容(即新闻传播学中的信息)

新闻信息内容即是新闻,即新近或正在发生、发现的事实,是电视新闻传播的内容要素,它的两端分别连接着电视新闻传者和电视观众,是维系二者关系存在的桥梁和纽带,也是观众收看电视新闻的目的所在。一则信息要想顺利地被选择、加工

并成功传递到受众那里,就必须具备真实性和新鲜性这两种核心新闻价值要素,新闻价值越大,越有可能被有效传送。电视新闻不仅传递着画面信息,还传递着声音、文字、图表等信息,诸多信息编码表现形式的综合作用才构成了完整的电视新闻信息。

3. 电视新闻媒介(即新闻传播学中的信媒、媒介)

电视新闻媒介是帮助电视新闻传者实现其传播目的的中介,也是电视新闻传者传播内容的载体,具体的传输方式是通过地面无线电传输、卫星传输,或者有线网络传输来实现。电视新闻传者将加工好的新闻节目通过电视信号发送给观众,观众通过这些途径接收新闻。电视新闻传播过程中,电视新闻媒介是联系传者和受众的渠道。没有了电视新闻媒介,二者传受关系无从发生,电视新闻传播也就无从谈起。和印刷媒介、广播媒介相比,电视媒介具有视听兼备、瞬时传播、功能全面、受众广泛等先天优势,尤其是后来居上的有线电视和数字电视,又以其大容量、高分辨率、数字压缩技术等优势而为电视媒介的发展开辟了更为广阔的空间,但其顺时播出所导致的选择性保留性差又成为电视新闻媒介发展中一个有待解决的新问题。

4. 电视新闻观众(即新闻传播中的信宿、受者)

电视新闻观众是指通过电视媒介接受新闻信息的人,是“新闻源——媒介——受众”这一电视新闻传播过程中的最后一个环节,是电视新闻传播活动的归宿和最终指向。当新闻传播给电视观众后,这一轮的电视新闻传播活动便宣告结束,同时,作为接受新闻内容的主体,电视新闻观众又开启了新一轮的传播:反馈。

与电视新闻传者一样,电视新闻观众也是整个传播活动中非常活跃的一环,还是最不稳定的一个因素:他们所处的社会地位和社会环境,性别、年龄、个性、心理特征以及知识结构等因素都影响着他们选择、接受信息的方向和范围;他们总在

根据自己的意识来判断或确定是否赞同和接受所获信息,即便面对同一信息,他们也有不同的理解;他们随着新闻与自己的相关度大小而时隐时现;他们有时非常强烈地表现自己的观点,有时又淡漠地不理不睬。

5. 电视新闻传播效果(即传播学中的反馈)

电视新闻传播效果,是指电视新闻观众在接受新闻信息后,在思想、感情、态度和行为等方面受到的影响与发生的变化。这些影响和变化或大或小,或显著或隐晦,或积极或消极,或有利或有害,它们共同构成了电视新闻传播活动成功与否的检验标准。电视新闻传者希望通过新闻传播实现报道新闻信息、引导社会舆论、沟通上下情况的目的,电视新闻观众希望通过收看电视获得所期待的新闻信息,但双方的预设效果能否顺利实现,还受到传者的信息信誉、新闻内容与观众需求的契合程度、传播渠道的畅通与否等因素的限制。

通过以上对电视新闻传播要素的简要分析,我们至少可以获知两点电视新闻规律性认识:

其一,电视新闻传者受电视新闻媒介和电视新闻观众制约,他既根据电视新闻媒介的特性和优势采制、传输新闻,也根据电视新闻观众的选择、接受电视新闻的特性来取舍、编码电视新闻信息。就电视新闻媒介而言,电视新闻传者越是了解电视新闻媒介的特性,就越是能发挥电视新闻媒介的优势,电视新闻传者就越能有效地达到自己的传播目的。就电视新闻观众而言,电视新闻传者通过电视收视率、满意度以及广泛的电视新闻观众调查获知电视新闻观众特性,再依据电视新闻观众的特性有针对性地进行传播,可以极大地提高电视新闻传播效果。

但是,电视新闻传者在电视新闻传播过程中又具有反作用电视新闻媒介和电视新闻观众的特点。电视新闻传者可以改造电视新闻媒介,也可以引导电视新闻观众的注意力、提高电视

第一节

新闻性原则——

新闻思维