

# 电视新闻学

朱菁 著

DIANSHI XINWENXUE



浙江大學出版社

# 电视新闻学

浙江大學出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

电视新闻学/朱菁著. —新1版. —杭州:浙江大学出版社,2001.2

本书原由杭州大学出版社出版

ISBN 7-308-02643-4

I. 电... II. 朱... III. 电视新闻—新闻学  
IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 03587 号

出版发行 浙江大学出版社  
(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)  
(E-mail:zupress@mail.hz.zj.cn)  
(网址:http://www.zjupress.com)

责任编辑 徐枫

排版 浙江大学出版社电脑排版中心

印刷 浙江上虞印刷厂

开本 850mm×1168mm 1/32

印张 10

字数 250千字

版印次 1999年1月第1版 2002年5月第4次印刷

印数 10001—13000

书号 ISBN 7-308-02643-4/G·376

定价 13.00元

## 序

浙江电视台副台长施泉明同志拿来一叠书稿，书名《电视新闻学》，请我为浙江大学新闻传播学院朱菁老师的这本专著写序。这使我有点畏难，因为自己长期办报，没有办过电视台，虽然也为报纸记者、编辑撰写的专著写过一些序，但并没有为电视新闻工作者的专著作过序。考虑到报纸与电视的新闻规律都是一样的，也就逐渐消除顾虑，学着写吧！

电视是新闻大军中的新生力量，而且影响日益扩大。以浙江省来说，改革开放前20年，只有一个电视台，如今已有87个了。电视与报纸、电台一起，已经成为广大干部群众生活中的一个不可缺少的组成部分。

《电视新闻学》以丰富的内涵，从电视新闻的概念到电视新闻的分类、采访、拍摄、编辑、写作直至节目的编排，都作了比较详细的论述。《电视新闻学》总结了电视新闻的实践经验，值得很好借鉴。同时，我们要在借鉴的基础上，不断创新，以适应新形势的需要。

电视新闻与报纸新闻都要坚持党性的原则，坚持实事求是，以正确的舆论引导人，这是党的新闻工作的根本任务。党的新闻事业与党休戚与共，是党的生命的一部分。新闻工作者要牢记江泽民同志的教诲：“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。”要牢固树立“福祸观”，把我们采写的每一条新闻、每一篇评论、每一个节目、每一幅图片、每一组镜头，都与党和人民的“福祸”紧密联系起来，以我们对党和人民事业的忠诚，努力为人民

大众创造幸福。同时，我们要认真总结新闻实践中正反两个方面的经验与教训，探索、掌握以正确舆论引导人的规律，更好地服务于大局，服务于人民。

电视新闻与报纸新闻在传播方式上虽然有所区别，前者是以视为主、视听兼备，以画为主、画声并茂向受众进行传播的；后者则是以文字为主体向读者进行表述的，但是，如何提高传播与表述能力，增强新闻报道的吸引力、感召力和说服力，则又是共同的。提高新闻报道的艺术水平，对于报纸来说，要多写正确而感人的文章；对于广播来说，要多讲正确而动听的语言；对于电视来说，要多拍正确而精彩的节目。当前，我们要特别注意提高热点引导、典型宣传和舆论监督这“三大件”的报道质量。热点引导，要注意报道的深度，要选准宣传的角度，要把握语言的适度；典型宣传，要坚持实事求是，要处理好数量与质量的关系，要突出人物或群体的个性；舆论监督，要抓准问题，要事实确凿，要注意分寸，要解决矛盾。总之，在把握正确导向的前提下，不断提高舆论引导的水平，提高新闻报道的质量，天地十分广阔，是大有作为的。

电视新闻与报纸新闻一样，也存在一些值得注意的问题，主要是：新闻如何“出新”？按理讲，新闻就是以新取胜，然而现状并非完全如此，有几种情况要认真改进：其一，新闻“不快”，即时效性差，新闻变成了旧闻。日报少“昨日新闻”，晚报少“上午新闻”，电视新闻也有类似问题。其二，新闻“不短”，即文字冗长，内容庞杂。长，表现是形式问题，实质是内容问题。长新闻的毛病主要是“大导语、大背景”，弄不清什么是新闻，什么不是新闻，新闻在哪里，价值有多大。其三，新闻“不活”，即平面式、叙述式的东西太多，缺少立体感、现场感。

要大力提倡现场新闻。新闻在现场，现场出新闻。电视新闻的记者都是在现场进行报道的，比报纸的记者有优势，然而有些现场报道缺少深度，缺少灵气。记者是带着千百万受众的眼睛到现场去

看、去听、去感受的，应该努力捕捉感人的场景、出情的细节、生动的对话，使新闻报道具有感染力与影响力。优秀的电视新闻报道是电视记者政治素质与业务素质的综合体现，记者要有敏锐的现场观察能力，要有准确、动听的现场解说功底，要有从容自如的现场提问的本领，要有站高望远的现场评述的水平……唯有如此，电视新闻才能吸引更多的受众，并使人们从中获得教益。

创新意识，是一个人、一个单位、一个群体精神面貌的具体体现。新闻事业是常干常新的事业，有着广阔的驰骋空间。一个具有强烈的新闻事业心和社会责任感的人，才会萌发创新的意愿，不安于现状。创新，是提高舆论引导水平的必然，要推陈出新，克服老套套、老框框、老调调的束缚，不断开拓新的报道领域，不断探索新的报道形式，不断采用新的报道手法，不断采写有新意的新闻作品。浙江电视台荣获中国新闻奖二等奖、中国电视奖一等奖的《朱卡嘉没有走》，就是一个典型的实例。这个属于文艺晚会的新闻报道，记者冲破了一般的报道模式，即拍几个台上演出的镜头，演出结束后领导登台与演员握手等，而是抓住晚会上的两个动人的细节：一是扮演朱卡嘉的演员面对上台致意的朱妈妈，情不自禁地跪下就拜，淌着泪水说：“感谢母亲的养育之恩。”二是在观众席上的领导同志见此情景热烈鼓掌，也抹着眼泪。这则只有1分28秒的电视新闻，使得屏幕前的观众也为之动容，给人留下难忘的印象。从《朱卡嘉没有走》的新闻中，我们可以悟出许多道理，最根本的一条，就是要提高自身的政治水平和业务能力，发扬创新精神，这样就能心明、眼亮、手巧，在电视新闻这个大舞台上，演出各种形象逼真，多姿多彩，能够激励人们上进的节目来。

江 坪

1998年岁末于杭州

# 目 录

<b>第一章 电视新闻概述</b> .....	(1)
第一节 电视新闻的界定 .....	(1)
第二节 电视新闻的传播特性 .....	(5)
第三节 电视新闻的社会功能 .....	(13)
<b>第二章 电视新闻事业的发展</b> .....	(24)
第一节 电视的产生与发展 .....	(24)
第二节 电视新闻事业发展概况 .....	(30)
<b>第三章 电视新闻的表现元素</b> .....	(42)
第一节 图像 .....	(42)
第二节 声音 .....	(48)
第三节 电视新闻的视听构成 .....	(56)
<b>第四章 电视新闻的分类</b> .....	(59)
第一节 消息类电视新闻 .....	(60)
第二节 系列(连续)报道类电视新闻 .....	(63)
第三节 专题类电视新闻 .....	(69)
第四节 评论类电视新闻 .....	(75)
<b>第五章 电视新闻深度报道</b> .....	(93)
第一节 深度报道概述 .....	(93)
第二节 深度报道与新闻思维 .....	(103)

第三节	新闻背景材料·····	(106)
第四节	电视新闻杂志节目·····	(115)
第五节	新闻调查报道·····	(124)
<b>第六章</b>	<b>电视新闻现场报道·····</b>	<b>(129)</b>
第一节	现场报道概述·····	(129)
第二节	现场报道与记者素质·····	(134)
第三节	现场直播报道·····	(141)
<b>第七章</b>	<b>电视新闻采访(上)·····</b>	<b>(147)</b>
第一节	电视新闻采访概述·····	(147)
第二节	采访类型·····	(152)
第三节	采访线索·····	(159)
第四节	采访准备·····	(162)
<b>第八章</b>	<b>电视新闻采访(下)·····</b>	<b>(171)</b>
第一节	现场观察·····	(171)
第二节	现场采访提问·····	(179)
<b>第九章</b>	<b>电视新闻拍摄·····</b>	<b>(209)</b>
第一节	摄像机及其操作·····	(209)
第二节	拍摄的基本要求·····	(213)
第三节	拍摄方式·····	(220)
第四节	采访摄影·····	(226)
<b>第十章</b>	<b>电视新闻编辑·····</b>	<b>(229)</b>
第一节	蒙太奇的运用·····	(229)
第二节	镜头组接·····	(238)
第三节	声音编辑·····	(250)
<b>第十一章</b>	<b>电视新闻写作·····</b>	<b>(256)</b>
第一节	解说词写作要求·····	(256)
第二节	写作构思·····	(266)
第三节	各类新闻体裁解说词的写作特点·····	(276)



第四节	标题写作·····	(285)
第十二章	电视新闻节目编排·····	(290)
第一节	新闻节目编排意识·····	(290)
第二节	新闻节目编排工作·····	(293)
第三节	新闻节目编排技巧·····	(300)
参考书目	·····	(307)
后    记	·····	(309)

# 第一章 电视新闻概述

电视新闻是新闻领域中新出现的一个品种,视听兼备、声画并茂的独特的传播优势使它异军突起,在新闻界确立了重要地位,成为当代三大新闻传播媒介中的主力军之一,并以深刻而广泛的影响力,成为电视节目的主体和骨干,代表着一个国家电视节目的水平。

那么,什么是电视新闻?它的传播功能有哪些?较之报纸、广播新闻媒介,电视新闻自身的传播特性和优势又在何处?本章拟对此作一概述。

## 第一节 电视新闻的界定

### 一、定义的界定

名正则言顺,名分对于事物的合理存在具有重要意义。对电视新闻而言,确定它的概念内涵,赋予其相应的名分使其规范化,应该是电视新闻理论研究关键的第一步。而定义,则是揭示事物概念内涵的最佳逻辑方法。

关于电视新闻的定义,如同界定“新闻”一词的概念,可谓见仁见智,众说纷纭。诸如:“电视新闻是用电视作为传播媒介对新近发生或正在发生的政治事件或社会事件的报道。”<sup>①</sup>“电视新闻是借

---

<sup>①</sup> 杨秉林主编:《电视辞典》,湖北辞书出版社1989年版,第7页。

助电视传播的视听符号,对变动的事实的及时报道。”<sup>①</sup>“电视新闻是凭借电视媒体传播的新闻”<sup>②</sup>,种种论述,不胜枚举。

分析上述定义,我们可以发现,概念界定的着眼点或者集中在对“新闻”一词理解的异同,或者将电视新闻概念的外延笼统化,没有阐明电视新闻的个性。因此,我们认为,上述定义并不能确切地说明电视新闻的内涵和外延。

我们知道,按照形式逻辑的定义方法,定义等于“种差”加“属”。“属”表明被定义对象的本质属性,而概念的“种差”则是由外延的界限厘定的。电视新闻作为新闻家族的一个分支,它与报纸新闻、广播新闻同属于新闻的范畴,其新闻属性是相同的,所不同的只是传播新闻的技术手段和方式,即“种差”的不同。因此,对电视新闻概念的界定应兼顾其共性与个性,其概念应包括“传播所借助的载体”、“传播所使用的符号”及“传播内容的限定”三个方面。

据此,我们认为,由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”研究项目所确立的有关“电视新闻”的概念,比较符合电视新闻的传播现状。即:

“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。”<sup>③</sup>

## 二、定义的说明

定义中,“以现代电子技术为传播手段,以声音、画面为传播符号”这一阐述,突出了电视新闻的个性特点。前一句指明电视新闻是现代电子媒介,从传播手段上区别于作为印刷媒介的报纸;后一句则指明同为电子媒介的电视新闻与广播新闻的不同。广播是以

---

① 黄匡宇:《电视新闻学》,华东师范大学出版社1990年版,第25页。

② 张君昌:《应用电视新闻学》,中国广播电视出版社1995年版,第62页。

③ 朱羽君、王纪言、钟大年主编:《中国应用电视学》,北京师范大学出版社1993年版,第152页。

声音为传播符号的单通道媒介,而电视新闻则是声形兼备,以视觉、听觉多种符号,同时作用于观众。这种视听双通道传递信息的手段,使得单位时间内信息含量大增,并以形声并茂的形象化传播以及由此而带来的强烈的现场感,使得电视新闻具有了其他新闻媒介无可比拟的优势,并得以后来居上,成为最年轻却最具影响力的新闻媒介。

“对新近或正在发生、发现的事实的报道”,这是对电视新闻作共性的界定。什么是新闻?1943年,陆定一在《我们对于新闻学的基本观点》一文中将其界定为“新闻是新近发生的事实的报道”<sup>①</sup>,这是我国新闻界公认的定义。虽然,目前有一些学者对此定义提出异议,认为其属概念“报道”的含义欠妥,新闻的“属”是信息。但我们认为,此类异议过分纠缠于文字。新闻是新近发生的事实的报道,理所当然,新闻报道的内容就是客观事实的信息,其属概念就是信息,只是阐述的方式不同罢了。诚如列宁所说:“所有的定义都只是有条件的、相对的意义,永远也不能包括充分发展的现象的各方面的联系。”<sup>②</sup>新闻事业本身在不断发展,其传播手段、传播方式及传播内容都在不断发展变化。因此,今天界定电视新闻概念时,必定要对“传播内容的限定”作必要的补充。因而,在定义中补充了“正在发生、发现的事实”这一词语,可使定义更为确切完善。

现场直播这一先进的电视传播手段,使电视可以在新闻事件发生和发展的同时,进行同步的、直接的跟进和现场报道。它所报道的已经不是新近发生的事实,而是正在发生、正在进行中的事实。当代电视新闻的时间要素已不仅仅满足于“新近发生”的过去时态,还应包括“正在发生”的现在进行时态。当然,纯粹的“同步”传播是不可能实现的。电波再快,运行30万公里,也需费时1秒

① 甘惜芬主编:《新闻学大辞典》,河南人民出版社1993年版,第1页。

② 《列宁选集》第六卷,人民出版社1979年版,第808页。

钟。即便是直播,传到受者时也会与事件发生时有极小的“时间差”,这是传播规律使然。因此,有学者提出,“正在发生”是时间性要素的极限表示,是“新近”的最高形式,没有超出“新近”一词的涵盖范围。我们认为,单从字面上理解,“新近”一词确实具备了新闻的所有时间性要素,但是从受众的接受心理以及长期的新闻实践上来分析,“新近”一词只是代表了过去时态。而可视的同步新闻是电视新闻的一大优势,显示了其独特的个性。所以,在定义上提出“新近或正在发生”的概念,以示强调作用。

随着社会的发展,受众的收视心理也发生了变化,他们已不满足于对变动的事实作要闻简报式的报道,而是要求电视新闻不仅是“要闻总汇”,更应是“舆论中心”。新闻的题材不仅是社会上所发生的事件的报道,更应有大量题材是对群众所关注的社会问题、社会现象,即所谓的社会热点、焦点问题的探讨。中央电视台的《焦点访谈》、《新闻调查》等栏目的应运而生并迅速为观众所喜爱,就是一个很好的例证。这类栏目的某些报道,新闻事态是早已存在的,而报道是通过分析问题、现象的分析思考而引发的观点,对事物的认识是“新”的,是记者新的“发现”。现代电视新闻已不仅仅停留在对客观事实的再现上,还有对客观事物鞭辟入里的分析和对其未来发展趋向的揭示,以进一步满足受众强烈的新闻欲和求知欲。可见,电视新闻已不单单是狭义的纯消息类报道,它是消息、专题、评论类新闻节目的总称。所以,我们在界定电视新闻时,应强调“发现的事实报道”。

对某一事物或概念的认识,定义是至关重要的环节。它是认识的结果,同时又是更深认识的开端,是真正弄清某一事物性质的基础。所有定义都只是有条件的、相对的意义,对电视新闻概念的认识亦不例外。今天的定义只能代表我们今天对它认识的结果,它的明天还有待于我们在实践中不断去完善。

## 第二节 电视新闻的传播特性

电视新闻的传播特性,是指电视新闻传播所特有的性质。

电视新闻与报纸、广播新闻同属新闻的范畴,要遵循共同的新闻报道的规律,受共同的新闻理论的制约。因而,电视新闻和报纸、广播新闻一样,具有新闻的许多共性,如时效性、真实性、客观性、重要性、趣味性(人情味)等等。然而,寓个性于共性之中,是事物的普遍规律。电视新闻因其传播的方式和报道的手段与报纸、广播新闻不同,决定了它必定有自己独有的特殊点,具有“它和其他运动形式的质的区别”<sup>①</sup>,而正是电视新闻的这些特殊点,才是我们认识电视新闻的基础,并在此基础上得以更好地发挥电视新闻的传播功能。

电视新闻的传播特性概括起来主要有四个方面:新闻传播的及时性,传播符号的综合性,事实氛围的传真性,深度涉入的参与性。

### 一、新闻传播的及时性

及时性,是针对新闻的传播时效而言。所谓时效,是指从事件发生到新闻发布的时间差。讲究时效,尽力缩短时间差,是各种新闻媒介努力追求的目标。

早年的报纸曾以出“号外”的形式争抢时效。如1805年英国《泰晤士报》曾为奥军向拿破仑投降而首次出版号外。1970年4月26日,我国成功发射第一颗人造卫星,《人民日报》为此而出了号外。当广播、电视新闻出现后,报纸悄然退出这一竞争的舞台,让位于广播、电视去决一雌雄。广播、电视是以电波为载体进行传输,其

<sup>①</sup> 《毛泽东选集》第一卷,人民出版社1966年版,第283页。

速度达到每秒 30 万公里。就传播技术而言,它可以做到在事件发生的同时就将其传播到世界各个角落,其时间差几乎等于零。这一传播速度,自然是作为印刷媒介的报纸所无法比拟的,因为报纸须经过编辑、排版、校对、印刷、运输、发行、投递等多道工序,几经周折,才能最终送到读者手中。

广播与电视传播新闻的迅速、快捷,已毋庸置疑。无论是广播新闻还是电视新闻,都已经能做到对新闻事件的同步报道。而且,随着字幕新闻的大量采用,使电视新闻在争抢时效的竞赛中占据绝对的优势。因为广播仅有一个声音通道,它要作“非常性”传播,就必须中断“正常性”传播,打乱正常的传播秩序,这是顺时传播最为忌讳的作法,除非发生严重影响国计民生的重大新闻事件,一般不宜采用。电视有视听两个通道,“非常性”传播的内容可在屏幕的下方以滚动方式出现,既不中断“正常性”传播,又可及时传达最新的新闻信息,极大地提高了新闻时效。比如,1988 年 9 月 27 日汉城奥运会,上午 8 时奥委会召开新闻发布会,8 时 15 分宣布约翰逊因服用兴奋剂被撤消参赛资格的消息,中央电视台几乎同时在二套节目中以“奥运号外”为题以字幕新闻的形式播出这则轰动消息,成为国内首发该消息的媒介。而且,字幕新闻无需录相、照明、播音等工种的配合,只需按动计算机的键码,便可飞出字幕,省时省力,灵活方便。可见,电视“双通道”这个传播优势是广播无法具有的。因而,电视新闻传播的及时性,比其他媒介更具有得天独厚的优势。

当然,电视新闻在理论上拥有“传播的及时性”这一优势,并不等于在实际传播中已立于不败之地。这就要求电视新闻界应确立先发制人的竞争意识,在报道新闻时,口播、字幕、影像、现场直播等多种报道方式要密切配合,协同作战,并增加新闻播出频次,注重抢拍、抢播“正在发生”、“刚刚发生”的消息,使我们的电视新闻真正成为人民群众获取信息的主要渠道。

## 二、传播符号的综合性

符号,是人类传播的要素,任何一种传播都离不开传播符号。同为大众传播,电视新闻与报纸、广播新闻都需要借助符号,将信息传递给观众,刺激观众的感觉器官,从而使其获得感知。这其中,由于传播方式和手段的不同,传播所使用的符号就有了区别。

报纸的传播手段是文字和图片。它传播的所有信息,都要转化为文字和图片,诉诸受众的视觉感官。

广播的传播手段是声音。它传播的所有信息都要转化为声音,诉诸受众的听觉感官。

可见,无论是广播还是报纸,都属于单通道传播媒介,而电视则不同,其传播手段是图像、声音、文字、色彩等多种符号的综合传播,同时作用于受众的听觉、视觉感官,是一种双通道传播媒介。受众可凭借视、听两个通道同时接受刺激,获取信息。视听结合,形声并茂,比报纸、广播具有更强的表现力。

双通道的传播方式,构成了传播形式的视觉、听觉元素的丰富多样。从视觉画面上看,它有新闻人物形态和现场环境,有照片、图表、动画以及文字图像等;从听觉形象上看,它又有旁白、解说、同期声、音乐、音响等。而这些声、形、光、色等元素在节目中并不是孤立地起作用的,而是相互组合、碰撞,发挥综合传播的优势,形成一个活跃的信息场,在扩大信息量的同时,还能产生多义引发的艺术效果,使受众获取信息时有较大的思考余地,从而加强信息力度,提高传播效果。

1995年中国电视奖获奖新闻专题《难圆绿色梦》(中央电视台)揭示的是人与自然、人类生存的永恒主题。可以说,主题并不新鲜。但是,其成功的关键就在于记者在片中充分调动了电视诸多视听元素的表现力,并且电视化地凸现了各元素之间的组合、碰撞,加强了主题的深度、力度、厚度。片中徐治民老人听说他苦心经营



的园子塔拉被人毁于一旦的消息,不顾年迈体衰,执意要去看看令他心痛不已的现实。接下来,映入观众眼帘的是一排排横七竖八、满目疮痍的树墩以及老人痛苦的表情,同样的镜头几次反复,令人触目惊心。耳畔响起的是老人抽搐的哭泣和痛苦的呢喃:“这块园子算是丢了,唉,太甚了,败家货,没有人做主了嘛。”声、形元素在此处结合得是如此完美。还有,那一望无际的沙丘伴着猎猎的风声、流沙窸窸窣窣的流动声以及那高亢嘹亮的山曲,无不警示着人们“人进沙退,人退沙进”的深刻道理。这一专题的成功,充分体现了电视多种语言符号综合传播的优势。

传播学理论告诉我们:信息传播所获得的价值的大小,与其信息所运用的传播符号有着密切的关系。各类传播媒介只有充分发挥自己的符号优势,方可获得信息传播的最佳值。因之,电视新闻工作者要从内容需要出发,把握好视听诸元素的特点,学会综合运用并善于处理视听诸元素之间的关系,达到传播内容与形式的完美结合。这样,无论是在信息量及信息传播的力度上,还是在激发受众的注意、兴趣、情感以及保持记忆方面,都将显现出电视新闻的独特魅力。

### 三、事实氛围的传真性

新闻是对事实的报道,事实是第一性的,任何报道都不能超越事实,而只能是对事实的反映。

报纸、广播记者对事实的报道,主要通过记者对新闻事件的了解、观察、归纳、构思,依靠语言、文字转述出来,传达给受众。可以说,读者和听众完全处于被动的地位。广播新闻虽然有现场的实况音响和人物对话,但广播记者的转述仍占主导地位。换言之,人们从报纸上和广播中获得的新闻是经过记者主观记录、叙述的间接新闻。虽然文字可以细腻形象地描写,声音可以绘声绘色地叙述,但这毕竟不是真情实景的再现。因此,受众在获取报纸、广播所传