

21 世纪新闻传播学系列教材

电视采访学

JOURNALISM & COMMUNICATION

朱羽君 雷蔚真 著



 中国人民大学出版社

21 世纪新闻传播学系列教材

电视采访学

朱羽君 雷蔚真 著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电视采访学/朱羽君, 雷蔚真著

北京: 中国人民大学出版社, 1999.12

(21 世纪新闻传播学系列教材)

ISBN 7-300-03342-3/G·638

I. 电…

II. ①朱…②雷…

III. 电视节目-新闻采访-教材

IV. G222.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 54157 号

7-22-1
Z/Y/J

21 世纪新闻传播学系列教材

电视采访学

朱羽君 雷蔚真 著

出版发行: 中国人民大学出版社

(北京海淀路 157 号 邮编 100080)

发行部: 62514146 门市部: 62511369

总编室: 62511242 出版部: 62511239

E-mail: rendafx@public 3.bta.net.cn

经 销: 新华书店

印 刷: 涿州市星河印刷厂

开本: 787×980 毫米 1/16 印张: 18

1999 年 12 月第 1 版 1999 年 12 月第 1 次印刷

字数: 328 000 印数: 1-8 000

定价: 22.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)



序 言

电视发展仅半个世纪，就已为人类文明史积淀了深厚的电视文化层面。现在，几乎所有的文化成果，都与电视结缘，产生出新的形式和内涵。

电视使人类传播学跃上了崭新的台阶，赋予传播学各个领域以革命性的变化，人类传播学将在这一新台阶上继续书写新的篇章。

电视是以凝聚人类智慧的高科技为基础的媒介。以往的经验告诉我们，科技含量越高，媒介实现大众传播的人本化可能性越大。电视以生活自身的形态传播信息，直接诉诸于人的视觉感官，因而最大限度地贴近了平民百姓的日常生活，成为最大众化的传媒。所以，尽管《电视采访学》是一本专著型教材，但为了充分体现电视传播自身的特点，我们在从媒介本质特征入手探讨电视采访规律、加强其理论色彩的同时，也尽量使写作合乎电视的特点，努力做到理论的深刻性与叙述的平易性相结合，使之“视觉化”、“听觉化”，为此，我们在理论叙述、例证分析的形象化、可读性上下了一番功夫，在行文中尝试“面对面”地和学生交流。为使论述生动鲜活，本书的例证也全部取自电视采访一线和电视荧屏……所有这一切，都是为了让教材读起来轻松、有味，就像电视本身一样平易亲切。

应该说，我们在写作这本《电视采访学》时，比较注重其应用性。半个多世纪的电视实践积累了许多经验，我们努力将这些经验条理化、理论化，找出本质

的、有规律的脉络。电视的发展是如此的迅速，其传播手段、节目形态的变化繁衍如此神速，稍不留神，刚刚建立起来的理论体系就有可能滞后，因此，关注科技发展和屏幕动态是我们时刻具备的心态。也许在 21 世纪的第一个十年，我们就将改写这本教材，相信到那时，将有许多现在难以意料的内容需要补充和修改。

我们很高兴，一位 60 年代的老电视教育工作者与一位 90 年代的年轻的电视教育工作者，经过多年的相处和交往，能在思维方式、理论观点和写作风格上和谐合拍、相互默契。年轻人博览中外电视书刊、勤于思考，尤其是执笔时的认真严谨，在处理稿件过程中的雷厉风行以及对现代化手段的驾驭，使本书在半年之内，从提纲的反复酝酿、各类例证的收集到文字的多次修改都在极快的速度中完成。

在这本书的写作过程中，我们有一个共同的心愿：在融合人民大学与北京广播学院两校在电视及新闻理论的优势方面做出一些努力，希望这一点能在书中以及今后的修订过程中得以实现。

值得强调的是，尽管本书开门见山，没有对新闻采访学进行追根溯源式的总结，而是将话题直接关注到电视采访的本体特性上，但在分析和论述这些独特性的过程中，我们始终将它置于与传统媒介的承继和衔接之中。《电视采访学》一书对电视采访学是一种点式的关注，在它之前有传统媒介积累的新闻采访学渊源，在它之后还将不断涌现各类新媒体带来的全新的采访报道形态。基于此，我们希望这本书在新闻采访学中能够拥有它自己的位置。

最后，要特别感谢中国人民大学出版社对我们的信任，将这样重要的课题交给我们，尤其是陈萍女士、谢一鸣女士给予了我们多方面的帮助和支持。在各类资料的采集过程中，要感谢人民大学新闻学院资料室、中央电视台新闻评论部、研究室等部门特别是《新闻调查》、《电视研究》等栏目和个人为我们查找图片、书刊、影片资料提供的热情帮助。

朱羽君

1999 年 10 月



目 录

第一章 电视采访绪论	1
第一节 采访的信息形态	2
第二节 电视采访的技术手段	6
第三节 电视采访的独特性	20
第二章 记者——电视采访的主体	30
第一节 电视记者	30
第二节 电视记者的素质与修养	39
第三章 寻找采访线索	71
第一节 寻找采访线索的渠道	71
第二节 增强新闻敏感与形象敏感	75
第三节 发展新闻线索	80
第四章 电视采访的整体策划	87
第一节 整体策划的意义	88
第二节 策划现场的介入方式	96
第三节 体现新闻价值	105
第四节 策划的基本要求	107

第五章 现场取材的方式与内容	110
第一节 向未知取材	113
第二节 随机结构	117
第三节 记录过程	121
第四节 结构“场”信息	127
第五节 记录声音形象	131
第六节 表现环境和细节	140
第七节 结构“过去时空”	145
第八节 拍摄理性素材	151
第九节 记者的画外采访	153
第六章 纪实摄像的基本技巧	157
第一节 现场场面调度	157
第二节 创造节奏	164
第三节 多机拍摄	167
第七章 几种特殊的采访类型	169
第一节 电视隐性采访	169
第二节 电视电话采访	173
第三节 组织拍摄	176
第八章 记者出镜	182
第一节 电视记者出镜的行为类型	185
第二节 提问与访谈	195
第三节 倾听	217
第四节 现场述评	220
第五节 记者出镜的注意事项	226
第九章 各类电视节目的采访	229
第一节 电视新闻节目的采访特点	229
第二节 访谈类节目的采访特点	256
第三节 脱口秀节目的采访特点	263
第四节 电视纪录片的采访特点	269
结束语 电视采访工作前瞻	276

第一章



电视采访绪论

电视已无暇顾及人们的赞美。

在数字、光纤等高新科技的推动下，电视正努力融合新的传播技术，创造新的传播方式。

同时，电视已经在人类传播史上树立了崭新的里程碑，它超越了人类以往的传播方式，实现了向人本化传播方式的更高层次上的回归。

电视在传播的各个环节上都有革命性的变革，从而给传播学带来许多新的课题。就新闻采访来说，电视新闻采访就有许多不同于其他媒介的独特个性，值得为它独立成章。

本书以论述电视新闻采访为主要内容。

首先，什么是采访？以往的传播媒介对其有许多定义：

采访是新闻记者从生活中采集原始素材的过程，是新闻记者活跃的生命状态。

采访是主观认识客观的调查研究活动，是记者代表无法出面的读者，用调查研究的方法获得新闻的过程。

采访是记者发挥主观能动性，对新闻事件进行调查、研究、选择、归纳，使其利于传播的活动。

采访是新闻工作者为搜集新闻素材所进行的活动。^①

采访是采访人员用行动和意志，搜集和研究有价值的真人真事作为写作素材的一种艺术活动。^②

采访还具有以下特性：

(1) 采访是有主体存在的，这个主体就是采访者；

(2) 采访有明确的目的：为大众新闻传播搜集素材；

(3) 采访有特定的对象，这个对象可以是机构、组织、事件等，但最后都落实为人。

采访工作是整个新闻工作的基础，它如同新闻传播工作的“第一产业”。采访是大众传播过程的第一环节，只有采访工作最先完成，其他的新闻传播工作才可能进行下去。不管今后传播技术如何进步，采访活动在新闻工作中“第一环节”的位置都将始终保持不变。

那么，什么是电视采访呢？

电视采访是指电视新闻工作者利用电视技术中一切可以兼容的手段，为实现新闻的大众传播而进行的素材采集活动。它包括：

(1) 拍摄：摄像机摄取声画一体的现场形象；

(2) 记者出镜：记者出镜提问、访谈、交流等动态过程；

(3) 画外采访：记者进行的文字、背景、资料等非影像素材的采集等。

在以上三项工作中，摄像机拍摄声画一体的形象素材是电视采访的中心，离开了拍摄，电视采访将失去主要的媒介特性。

第一节 采访的信息形态

从新闻素材的采访到最后新闻传播给受众，其间信息经过了多次加工。但是对于新闻采访的研究而言，最有意义的研究内容是记者在采访中直接带回的素材的信息形态。

首先，我们有必要研究在采访中各种不同的新闻媒介所能提供的不同的信息形态。在目前的科技水平下，新闻采访活动能够从现实生活中带回以下几种信息形态：

① 参见刘海贵著：《当代新闻采访》，3页，上海，复旦大学出版社，1997。

② 参见邝云妙著：《当代新闻采访学》，10页，广州，暨南大学出版社，1998。

一、符号化的信息形态

符号化的信息形态主要指文字。

在广播电视技术出现之前，由于技术条件的限制，人类若想将信息加以远播或广播，只能将原始信息物化为符号，这就是文字发明的重要原因之一。

（一）符号信息形态的特点

文字是将信息符号化的形态，它的产生是人类试图超越口头传播的需要。在文字产生之后，人类的传播利用这一间接手段突破了自身能力的局限。

以文字形态进行记录和传播的信息，由于需要将现场的人本化信息（形象、声音、行为、动作等）进行符号的转化，其信息的损耗很大。也可以说，文字以及记忆形态的信息传播方式是间接的，在传播过程的最后环节，需要受众的再度转化和想象的配合才能完成单向度的传播过程，因此，也可以认为，文字的出现，一方面为人类信息传播提供了跨时空的、大众传播的可能，同时也使人类的传播远离了人本特性。文字使传播疏远了直接的、面对面的交流方式。

文字传播利用的以符号代替人际的传播模式，在传播中经过了多次转化，首先是从形象和声音转化为文字或以记忆形态保存的信息，在传播者的写作、编辑、修改之后进行了很大的区别于原始素材的转化；最后，在读者阅读时，需要再次的转化才有可能在读者的脑海中还原部分原始信息。这时的信息与记者采访时所面对的生活真实已经有了很大的不同。

（二）符号信息形态的优势

作为信息传播形态，文字的历史最久远，这带来了两点优势：

（1）长期的文字使用训练了人类的思维方式——文字以及文字逻辑构造着人类思维和传播的基础。

（2）文字具有稳定的内核，它在印刷媒介中得到最广泛的运用，文字的理性和严谨性使它直至今日仍保持着应有的地位。

（三）符号信息形态的局限

今天，当人类的科技手段发展到一定水准之后，我们回过头去看文字符号作为人类传播的载体，也可以认识到文字所缺乏的直观形象性。我们无法在文字传播中听到真实生活中的声音，无法在文字中看到真实时空中的原始形象。因此，文字也就不能实现人际交流的人本体验和感知的效果。此外，不同国家的文字有着各不相同的符号形态，造成传播障碍，文字还需要人们耗费很长的时间去学习和辨认。

文字在信息传播中的局限，促使人类在发展过程中不断寻找新的媒介。

二、声音

广播以声音为媒介。

从文字符号的印刷传播到以声音的形态进行广播与远播，人类跨出这重大的一步花费了数千年。电子技术的出现与普及使人类有了以非文字的信息形态进行信息采集和传播的可能，人们终于可以记录和传播生活中真实的声音：即以一定技术手段记录的、可供大众传播的物化的声音形态。广播技术通过复制和还原生活中的原始声音形象传播信息，开始具备人本的部分因素。

声音形态的信息载体广泛运用于电子新闻媒介中，声音的广播需要经过录制和复原，这一特殊的技术基础正是广播电视媒介传播特性的构成要素。

声音作为信息传播的形态，其快捷、及时、简便的综合优势到目前为止还是无与伦比的。

三、画面

视觉感官一直是人类最渴望享有的获得信息的渠道。然而，在记录生活中的画面形象这一方面，尚未掌握摄影技术和电子技术的人类只有手中的画笔，但画笔并不能真实而准确地抓取生活中的瞬间画面，它只能提供非常粗糙的生活画面的轮廓，而且经常远离真实，本质上仍然是符号化的。当摄影技术在 19 世纪诞生之后，人类在信息采集中终于开始利用自己的视觉感官了。

（一）静态画面

静态画面是以一定的技术手段记录保存的、现实生活在某一瞬间时空的凝固状态。

新闻照片作为静态画面为人类感官在大众传播中的利用带来了一定的突破——人眼终于可以看到跨越时空的生活形象。静态画面在传播中利用的是平面的、单一的视觉形象，静态画面使信息传递中的前因后果、时间、背景出现不确定性，因此在传播时需要有文字的说明。静态画面依附于印刷媒介，它与文字并行，使印刷媒介（报刊）具有了一定的视觉性。

（二）声画分离的动态画面（电影画面）

电影画面是动态画面，它首先实现了画面由静止向运动的突破，能记录人的运动状态。但是由于电影是机械时代的产物，受技术基础的限制，电影画面与其同期声在采集的过程中是分离的，所以，电影画面作为人类信息传播的载体，是声画合一的动态画面产生的初级阶段，具有过渡性质。当电视出现以后，电视技术才真正实现了声画的同步。

从人类文化发展的历史长河来看，印刷文化占据了很长的时间，并且对人类

的传播方式起到了至深的影响。而从人类文化的宏观角度来看,广播单一的声音载体和电影画面的过渡性,都决定了这两种文化形态只是人类从文字印刷文化向影像文化过渡期间的短暂形态。影像文化在电视声画一体的信息传播形态迅速成熟后,随即融合了广播和电影的内涵,将三者合为一体,组建了全新的影像文化。正如美国著名社会学家尼尔·波斯特曼在接受法国《快报》杂志访谈时所说:到20世纪后半叶,人类已经完成了从印刷符号向音像符号的全盘过渡。在一个普通的美国家庭里,电视机每天开着的时间长达八个小时。按此计算,早在学龄前时期,儿童们就在电视机前度过了约五千个小时。在这里,波斯特曼把音像也看作一种符号,但必须明确,声画一体的动态画面的出现,使“符号”的内涵发生了本质的变化。

(三) 声画一体的动态画面

电视画面是以电子、数字等技术手段记录的与真实时空同步的生活原始形态的形象。电视画面以延续时空的画面形态作为传播信息的载体,它包括生活中真实的时空、声音、形象、运动和过程等等原始素材,具有人本化的感知特征。特别值得强调的是,电视画面声画一体,即现场的同期声是其声源画面的一部分。电视画面可以单独存在并实现有效传播,也可以充分融合文字和声音等多种信息形态的传播方式进行传播。

电视画面是以素材的原始形态而存在的信息载体,它能做到以生活自身的形态反映生活、传播信息,因此它在许多方面超越了传统符号形态的传播载体。

不同的媒介产生不同的叙述方式和表意系统,产生不同的语言。在原始的传播活动中,人类利用的是自己的本能、声音、手势、眼神、动作、行为等进行直接的交流,其传播的时空范围极其有限。电视画面是人类利用高科技手段,再次超越抽象的符号语言,向原始的、人本化的视听语言的高层次上的回归。

信息形态的不断发展与人类的进化阶段有关,它取决于科技进步的水准。应该认识到,信息形态的变化是递进的过程,而不是简单的替换。新的一种信息形态在传播活动中的广泛使用并不排斥已有信息形态的继续使用。文字媒介和声音媒介的一切成果,都会纳入人类新的思维系统,它们在电视画面语言中仍然作为人类文明的一部分,起着应有的作用。人类在不断提高原始信息还原能力的过程中,体现着人本精神,也提升着自身传播活动的层次。

四、媒介特性与信息形态

在当今的科技条件下,不同媒介的特性都与其自身的技术基础密切相关。不同的技术基础决定了每一种媒介都有自己的叙述系统和表意系统,这些也都会体

现在采访手段之中。在现阶段，不同媒介中的信息形态有以下几点不同：

（一）将几种信息形态相互转化与兼容的能力不同

印刷媒介的技术基础决定了它可以运用文字和静态画面作为传播手段。

广播媒介的技术基础决定了它可以利用声音作为传播手段。

电视媒介的技术基础决定了它可以利用动态画面、声音、文字以及静态画面作为传播手段。具备这种兼容能力的媒介还有国际互联网（INTERNET）。

当然，各种媒介在兼容不同信息形态的传播方式时，需要对一些信息形态加以适当的转化。

不同媒介都具有自身的优势，这些优势正是来自于以上分析的四种基本信息形态的特点。电视记者要做好采访工作，就必须充分认识声画合一的动态画面的优势，并且融合其他信息形态的长处。电视媒介自身的独特性使其电视采访的表意语言、工作方式、行为方式和思维方式不同于其他媒介的采访，这些正是本书要着重论述的内容。

（二）接近和还原原始信息的能力不同

视觉感官在大众传媒中的利用和拓展是人类认识世界的一次大解放。可以认为，人类认识客观世界的最大愿望就是自身感官能量的不断释放。然而，由于目前人类技术手段的局限，信息在传播过程中必然遭受一定的损耗，这些损耗正是由于不同的媒介还原原始信息状态的能力局限造成的。

文字传播相对来说对原始信息的损耗最大。

广播释放了人类听觉感官对世界的亲身感受，所以还原了部分原始信息。

电视的声画合一特性进一步开发了人类视觉感官和听觉感官在认识世界方面的潜能，到目前为止，电视在这方面相对是最好的。还原原始信息的能力反映一种媒介实现人本化传播能力的大小，也反映了人类文明进化的程度。

第二节 电视采访的技术手段

电视在开始时没有自己的记录手段，而不得不求助于现成的电影制作技术。我国在 70 年代之前，电视采访大量使用的是 16 毫米胶片摄影机。胶片在摄影之后，必须经过冲洗，新闻的时效因此受到很大影响（图 1—1）。

在电视技术的促进下，16 毫米电影胶片的洗、录、摄设备都有了很大的改进，摄影机由发条驱动变成电动。为了同步录音需要，又发明了低噪音同步摄影机、片边涂磁同步录音摄影机、声画编辑机、片边涂磁放映机、双片道放映机等。适应电视新闻的需要，还出现了高感光度反转片、彩色反转片、彩色反转正

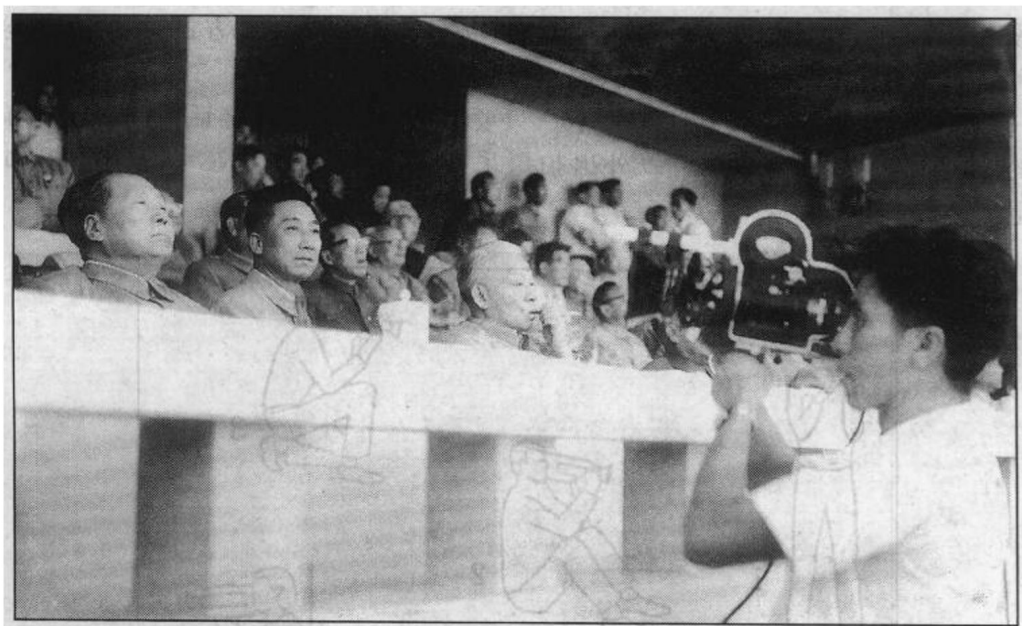


图 1-1 摄影机时代的电视记者工作

片、高温高速彩色负片、片边涂磁片等电影胶片……但是，毕竟电影制作工艺复杂，需要的时间长，不利于新闻时效的提高。创办之初的电视新闻也由于使用 16 毫米的电影胶片，受新闻电影纪录片的影响较深，讲究构图、用光，强调画面美，不太注重新闻的时效和新闻价值。

这种情况一直持续到新兴的电子录像设备的诞生。早在 50 年代，录像机已经产生，后来人们又发明了彩色录像机，但它们都很庞大、复杂，不易搬动，不适于外景作业，一般只在演播室中使用，无法应用于新闻采访。70 年代，出现了一种可供新闻采访的录像设备——ENG，这种轻便的电子设备普及得很快，到了 1980 年前后，美国的电视新闻制作中，胶片设备的使用比例剩下不到 10%。目前，大多数国家的电视新闻机构都已全面普及 ENG（电子新闻采集系统）。

电视媒介的电子媒介特性取决于它的技术层面，在现阶段，电视采访通过以下几种基本手段将现实生活进行物化，将流动时空变成物质状态加以记录和传播。它的技术手段包括：

一、ENG 的素材采集方式

（一）ENG 系统的构成

ENG (ELECTRONIC NEWS GATHERING) 译为“电子新闻采集”。ENG 设备为小型轻便、易于携带的摄录一体的摄像机，以纯电子的方式拍摄新闻。这种前期拍摄、后期编辑的素材采集工作方式就是 ENG。

ENG 的构成和使用都极为便利，只要带着摄像机、外接话筒和一些简单的灯具、脚架等设备，就可以外出拍摄采访（图 1—2）。ENG 的基本构成如下：

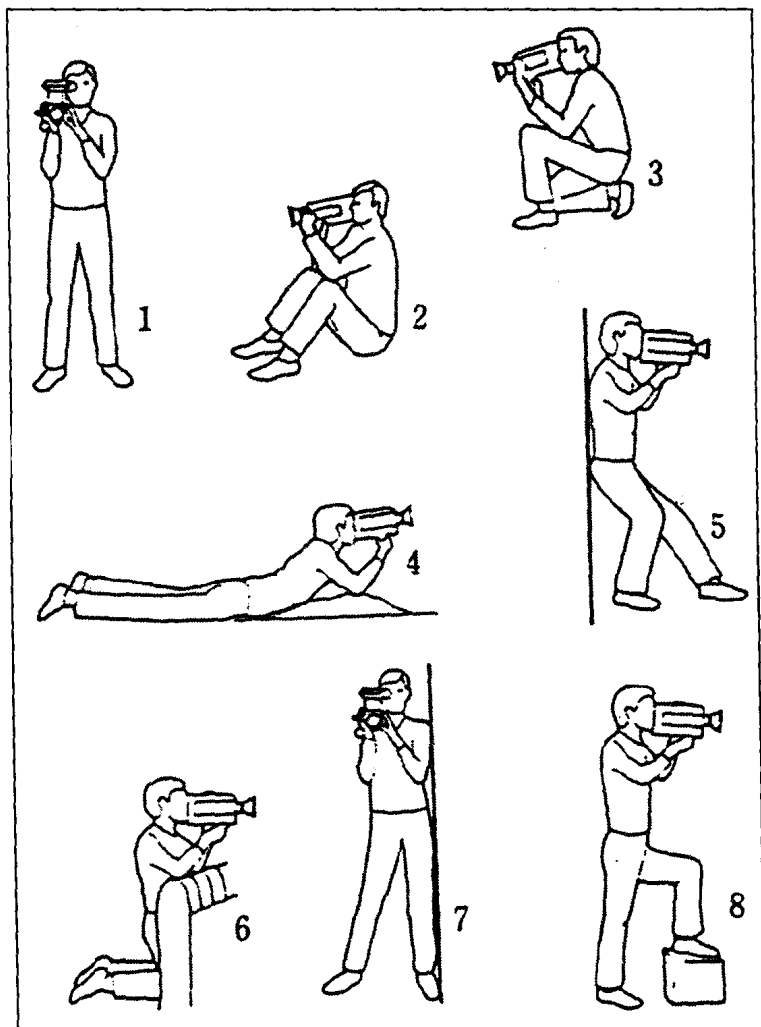


图 1—2 ENG 摄像机的执机方式

(1) 摄像机。目前, ENG 系统都采用摄录一体的摄像机, 一人即可操作, 使用极其简便。

(2) 话筒。分为无线外接话筒、有线外接话筒、摄像机本机话筒、钓竿外接话筒等, 它们各自的特点分别是:

有线外接话筒: 以话筒线与摄像机连接, 可以使话筒尽可能地接近采访对象, 录制比较清晰的人物访谈内容。

钓竿外接话筒: 是一种特殊的有线外接话筒, 它的拾音功能强, 比较机动灵活, 拾音范围较大, 通常在比较大型的、对声音录制要求较高的电视片的录制中使用。

无线外接话筒: 电视记者出镜采访时, 出于记者和采访对象活动自由的需要而使用无线外接话筒。

本机话筒: 在外接话筒的同时, 摄像机的本机话筒也将录下现场的环境音响。

在 ENG 的话筒使用中, 为了保证声音的录制效果, 有时还配套使用轻便的调音台设备。

(3) 灯具。为保证拍摄时现场光线的充足而补充人工光源。

(4) 脚架。脚架的使用在于固定摄像机和镜头的位置, 可以保证画面的稳定。

(5) 通讯联络系统。

ENG 具有如此的高度灵活性, 不仅是因为它的高度灵活性和内装摄像机录像和音响系统, 还因为它具有的高级联络工具的性能。在西方国家, 多数 ENG 车辆都备有移动电话, 扫描器不断地显示频率, 一般是用于警察和消防部门、网络系统和双向无线电。扫描器锁定的具体频率为一发现信号和让人听到对话的频率。这些系统还能使电视台的新闻部与现场联络, 在来回的路上联络分配任务, 以及对警察和消防的电话立即作出反应。有时新闻部采用密码与“巡游”的现场记者联络, 以免相竞争的电视台得到线索而泄露选题。

(二) ENG 的主要摄制特性

(1) ENG 系统便于对事件作出快速反应, 机动灵活地采集现场素材。由于 ENG 设备实现摄录一体, 可以比用其他类型的电视设备更快速地录制播出事件;

(2) ENG 设备和人员相对灵活。一般来说, 一个人带着一台一体机就能完成新闻采集任务, 只需要相对小量的设备和人员;

(3) ENG 电子新闻采集系统在采访突发事件时, 尽可能小地影响现场(图 1—3、图 1—4)。



图 1-3 ENG 的前期拍摄



图 1-4 ENG 的后期编辑