



应用型本科规划教材

电视(新闻)采访与写作

TV INTERVIEW AND WRITING

◆ 巨 浪 编著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社



应用型本科规划教材

电视(新闻)采访与写作

TV INTERVIEW AND WRITING

◆ 巨 浪 编著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电视(新闻)采访与写作 / 巨浪编著. —杭州: 浙江大学出版社, 2009. 3

ISBN 978-7-308-06636-5

I. 电… II. 巨… III. ①电视新闻—新闻采访②电视新闻—新闻编辑 IV. G222

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 028964 号

电视(新闻)采访与写作

巨浪 编著

丛书策划 李海燕

责任编辑 葛 娟

封面设计 刘依群

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 杭州富春印务有限公司

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 18.5

字 数 352 千

版 印 次 2009 年 3 月第 1 版 2009 年 3 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-06636-5

定 价 30.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

前言

2008年元旦过后,我因一本书的善后事宜去浙江大学出版社编辑部,在和李海燕主任谈到高校教学工作和讲义时,她以谦和、商量的口气问我:能否写一本关于电视采访与写作的书?当时,我痛快地应承下来。回到南京之后,却觉得任务艰巨。但是,君子之交,贵在言而有信。于是,我在以往讲义的基础上,重新编拟提纲,将电视采访和电视写作合二而一,选择、充实新的内容,历时将近一年,完成初稿。返回头阅读时,责问自己,这本书的体例怎么样?新鲜内容有多少?实用价值有多大?

关于体例,本书注意了系统性,分上、下两编;上编为电视采访,下编为电视写作。因为古今中外的新闻都离不开采访和写作这两个主要环节,而且两者始终紧密联系,难以切割,因此就将书名定为现名,以期形成彼此相互联系的两个系统。在论述时,尽量注意论题的来龙去脉,层层递进,给读者以电视采访、写作发展的历史感。比如,上编的“电视采访的形成、拓展和特色”、下编的“电视专题写作的基本规程”等。同时,注意论题内部的系统性。比如,上编电视采访策划中的从宏观到微观、从选题到内容;下编写作中的从快讯到消息、从专题到评论、从言论到谈话等等;以求将同类事物按内在联系组成一个单元。

关于内容,本书尽量将电视采访和写作领域里新的理念、新的实践、新的形式、新的案例吸纳进来。比如,近些年来崇尚的电视采访策划、出镜记者、体验式采访、电视特别文稿写作以及近年来各级电视媒体丰富的实例等,着力缩短书稿内容与电视采写实际之间的距离。

关于实用价值,本书的初衷是强调可操作性;书稿始终把重点放在电视采访、写作的方法技巧上,并且注重在实践中的应用。比如,如何进行现场观察,怎样实施访问,怎样做现场采访和现场报道;不同节目的文稿如何写,不同类别的专题如何写等等。

当然,是否达到了该书的初衷,评判的权力应当在读者手中。

进入 21 世纪以来,在电视节目不断创新,电视实务日趋丰富的态势下,学界和业界与时俱进,接踵出版了一系列有关电视采访写作的书籍,它们是实践的总结,也是电视成熟的标志。但是,与继续发展的电视事业相比,依然不占领先地位。当前,在电视实务中,新的方法不断开拓,新的经验不断创造,新的问题不断提出,它给学界和业界开辟了研究机遇,也提出了新的课题。但愿这决园地百花绽放,生机勃勃。

本书在成稿进程中,参阅并借用了相关著作中的一些资料,其中主要是孔德明先生的《电视文体写作》,选用了国内电视台的部分案例,引用了因特网上的一些数据和材料。参考文献悉数专列书后,借本书出版之际,表示诚挚的感谢。在写作之前,浙江大学出版社李海燕女士在体例、框架上不吝赐教,责任编辑葛娟女士在审阅中花费了相当精力,进行了非常认真地修正。她们的辛勤工作对于出书起到了推进作用,在此,一并表示真诚的谢意。洋洋 35 万多字,前后 10 章,难免疏漏乃至错误,恳请指正,亦表敬意。

作者

于中国传媒大学南广学院

2009 年 1 月 1 日

研究学问的最终目的,在于通过对“史”的了解,对“论”的认识,达到对“术”的提高。

电视(新闻)采访与写作属于“术”的范畴,学习它的目的非常明确,那就是要提高采访能力和写作水平。新闻业务包括采访、写作、编辑、评论、新闻摄影以及显示广播、电视特点的采访方法和写作方法。其中,采访和写作是经常的、大量的业务工作,是支撑新闻媒体正常运转的两个主要轮子。假若从业界的工作需要上看,尽管新闻媒体内的岗位很多,但是,从发布新闻的角度讲,最主要的岗位是记者岗位和编辑岗位,而记者的工作离不开采访和写作,编辑的工作离不开写作和编辑。所以我们说,采访与写作是新闻单位最主要的工作。假若从本人应该具备的能力上看,作为一个记者或编辑,要有一定的承担工作的能力,虽然这种能力是由多种元素构成的,但新闻采访能力和新闻写作能力是最主要的能力,它也是媒体对记者、编辑最基本的要求。假若从社会对人才的需求方面看,除了新闻单位以外,社会的其他一些行业同样需要会采访、能写作的人才。采访,可以简单地理解为调查研究,而调查研究又是各行各业不可缺少的工作能力和工作方法。学会了采访,便可以触类旁通,举一反三。写作,是人类社会书面交流的基础,它渗透到各个领域,各行各业的信息、状况和成果都是通过写作得以实现的。同样,学会了新闻写作,便可以此为基础,伸发出去,广泛应用。在近几年新闻院系毕业生就业形势不容乐观的情况下,学好这门学问对于将来开拓就业门路,从事一些与此有关的工作,相比而言难度不是很大的。电视采访与写作这门学问,既要掌握新闻采访与写作的一般规律、方法和技能,又要掌握属于它的特殊性的东西,在这个意义上说,它的要求更多、更高。电视采访是重要的新闻业务,是广播电视专业最基本的课程。要生产(制作)电视节目,就必须进行电视采访和写作;要提高电视节目的质量,就必须提高电视采访的质量和写作的水平。由此可以断定:没有电视采访,就没有电视节目。就好像没有矿山开采,就没有冶炼,没有钢铁一样。因此,学习电视采访与写作这门学问,对于培养自己的新闻业务能力,提高素质,从事新闻传播工作、电视节目采制业务以及拓展其他工作都是十分必要的。

二、对传统新闻采访的基本认识

20世纪,随着人类新闻传播活动的成熟、新闻事业的发展、新闻记者队伍的形成及壮大,新闻采访活动日益活跃,新闻采访学也逐渐建立起来。新闻采访是以新闻工作者的广泛实践为基础,系统总结新闻采访活动的经验和教训,阐述新闻采访工作的原理、原则和方法,并掉过头来指导记者的采访实践(工作)的新闻业务。

采访,是由采和访两种行为构成的。采,就是采集;访,就是用语言四处打听。

新闻采访是记者或通讯员为新闻媒体搜集新闻素材、报道新闻而进行的调查研究工作,包括访谈、观察和查阅资料工作。

(一)新闻采访是一种调查研究工作

1. 新闻采访为什么要调查研究

新闻采访,是了解事情的详细情况并占有材料的过程,是要迅速了解到新近发生的、具有新闻价值的事实。这就首先要了解事物本身、了解有关全局(系统内)的情况,还要了解这件新闻事实在全局中的地位和价值,为了实现这些愿望,就必须接近采访对象、认识采访对象;进行调查研究,调查具体事实,调查全局情况;调查的目的在于占有充分、翔实的材料。而所占有的材料恰恰是新闻采访要获取的新闻事实,是新闻报道不可缺少的材料。调查是占有材料,研究是消化材料,调查是研究的基础。毛泽东同志说:“没有调查就没有发言权。”没有调查研究,就无从占有新闻材料,就不可能了解采访对象,就无法搞好新闻报道,也就没有新闻报道权。

2. 调查研究是记者的基本功

作为新闻记者,必须具备一定的素养,比如政治素养、知识素养、业务素养,等等。其中,业务素养中的调查研究是记者的基本功,它要求记者必须练就一身在各种条件下都善于调查研究的本领;在采访中必须坚持实事求是,认真调查研究的原则;养成善于发现问题,随时随地进行调查研究的习惯。有了调查研究的基本功,就具备了新闻采访的业务能力,才能承担新闻采访工作。在采访获取翔实的素材后,继而进行新闻写作和节目制作。

(二)新闻采访具有明确的目的性

在社会生活中,有多种多样的调查研究活动,其目的和方法也是各不相同的。“新闻采访”这种调查研究的目的就是为了获取新近产生的、有价值的新信息、受众欲知的新闻事实,并且把它写成文字稿,或制作成电视节目,然后报道出去。如果不是为了“报道新闻”或制作电视节目这一特定的目的,我们就不能称之为新闻采访。并且,在“报道新闻”这个大目标下,还要明确此次采访是冲着哪件事或是哪个人而去的,明确采访的主要事实和重点是什么,或者将把采访到的这些事实用什么样的方式报道出来,这都涉及行为的目的。虽然,我们不排除其他的调查研究也有明确的目的,但新闻采访的目的更加明确和具体。这在一定程度上体现了不同目的与性质的调查研究之间的区别。

(三)记者是新闻采访活动的主体

新闻采访这项工作由谁去承担?这里就出现了谁是主体的问题。主体,在哲学上指有认识 and 实践能力的人。

在新闻采访中,采访的主体当然是记者。记者应该在采访中处于主导地位。采访什么事?采访什么人?什么时候采访?在什么地方采访?采访一些什么问题?用什么样的方法去采访?做怎样的采访准备和创造怎样的采访条件?乃至将如何处理采访获得的新闻素材,等等,在这一系列较为复杂的过程中,记者都应该积极主动地引领采访活动的进展,直到把采访工作进行完毕。

(四)客观事实是新闻采访活动的客体

采访什么?报道什么?这里就有一个客体问题。客体是什么?哲学上指主体以外的客观事物,是主体认识和实践的对象。在新闻采访中,客体就是新闻事实,就是采访的对象(包括人物和事件),就是新闻工作者认识、研究、反映的客观事实。

新闻采访的对象是客观事物,新闻采访的基本性质是认识客观事物,对客观事物进行调查研究。新闻采访是一种特殊的调查研究工作。调查研究的对象(即客体)是十分丰富的,有自然科学领域的,有社会科学领域的,有人文领域的。在这些领域里,新的事物、人物不断涌现,推陈出新,因此,新闻采访的对象即客体将会像旺盛的泉水,永远不会枯竭。

(五)新闻采访是一种社会交往活动

在我们生活的圈子里,什么样的人都有。由于每个人的年龄不同、生活经历不同、性别不同、受教育的程度不同、职业不同、兴趣爱好不同、性格特点等方面的不同,造成了记者采访对象的多样性、多变性、复杂性。而记者的采访活动离不开与被采访对象的联系和接触,也就是说,记者要接触形形色色的采访对象。司法、行政等方面的调查研究,可以用带有强制性的方式进行,你不提供应该提供的情况,要受到相应制裁。而“新闻采访”工作接触采访对象只能用平等的、对话的、交流的方式进行。如何让采访对象愉快地接受采访,心悦诚服地为你提供新闻素材,就看你与采访对象之间的交往状况。一个善于接触采访对象的记者,同时也是一个社会活动能力很强的记者。由此,要求新闻记者跟什么样的人都能顺利地接触,并且能获取相应的新闻素材,这是一种必须具有的业务能力。如果记者的社会活动能力不强,不善于跟人打交道,那么,他就很难适应这个社会、这个职业,很难获取想要的新闻素材。

社会交往活动其实也是本事和能力的体现,是新闻采访工作或者说是记者生活的一个特点。

三、新闻采访的作用(目的)

新闻工作的基本流程是:采访、写作、编辑、审稿、编排、播出,采访是整个流程的第一步。采访是全部新闻活动的基础,是报道工作的起点,是新闻报道必不可少的环节,它的作用(目的)主要表现在以下几个方面。

(一)发现新闻线索

记者对新闻的发现,往往是从发现它的线索开始的。新闻线索是一种与新闻事实相关的信号和征兆,它是新近发生的事实的简要信息。新闻线索有的比较简单、粗略,新闻要素不全;有的比较完整,甚至还有细节。我们将它称为“新闻苗子”,它给采访者提供了到哪里去采访、采访什么内容的大体去向。

记者自己在社会交往和工作实践中发现线索是主要的。古人云:“处处留心皆学问。”记者曰:“处处留心皆新闻。”记者也是社会的一分子,也和普通人一样要乘车、游公园、看演出、逛商场、买菜做饭、观光旅游、交际应酬、开会学习、当志愿者……在这些平平常常的事情中,只要记者注意观察和思考,不少新闻线索时常能信手拈来。当然,发现新闻线索要求记者带有两种眼光:一种是孩童的眼光,遇事总要问个为什么,用好奇的眼光看眼前的事物,问出别人不大留意的信息;另一种是智者的眼光,见常人所未见,想常人所未想,想到这个信息传播出去会产生什么样的社会效果。

记者的办公室应该在社会上、群众中、生活里,而不是在编辑部的大楼里。只有这样,记者才有可能广泛接触社会,发现新闻线索。

(二)获取第一手材料

第一手材料也称为直接材料。它是指记者不经过任何中转环节,直接从新闻事实的提供者那里得来的材料。从“信源”直接到“信宿”,中间没有转发环节,具有很高的可信度,是保证新闻真实性的必备条件。第一手材料包括记者在现场的直接观察、访问新闻人物、参加实践活动和现场收集的物证材料。

在各类新闻作品和新闻性电视节目中,第一手材料所占比重的多少是衡量作品价值大小的“砝码”,也是衡量记者采访到位不到位的标志之一。这就是说,第一手材料在新闻采访、报道中占有十分重要的地位,它的价值主要体现在三个方面:第一手材料具有很强的真实性;第一手材料是最生动、最形象的材料;第一手材料是记者对比、验证其他材料的可靠依据。

(三)核对新闻事实

采访的过程是一个了解新闻事实的过程。在了解事实中,有一个“去粗取精、去伪存真”的过程。它包括两层含义:一层含义是肯定和采集,选择那些能

够反映事物本来面貌的材料,给予认可和吸收;另一层含义是否定和抛弃,对那些掩盖事实真相的、经不起考验的、各种各样的伪材料给予否定和抛弃。

一个客观、公正、深入、细致的采访本身,就是核对新闻事实的过程。核实的方法有:当面核实;现场考证;多方求证。

(四)增加感性认识

感性认识是通过感觉器官同外界事物的接触获得的,虽然是认识的初级阶段,但它具有直接、生动、具体的特点,是认识的基础。

记者到达新闻现场,接触采访对象,亲身体验,可以增加感性认识。这是因为:当记者介入采访对象的生活后,通过面对面的接触,缩短情感上的距离,交流沟通,获得感性认识。在感性认识的基础上,逐步深入,从表面到深层,加深对采访对象的认识,逐渐形成对采访对象的想法、评价、观点以及对报道的意见。

(五)激发采访激情

在采访的过程中,记者对采访环境的亲身感受,客体的言行举止,油然而使记者体验到事物的感染力,在心灵上产生反应,获得真情实感,从而增强对报道的兴趣和激情,喜欢和欣赏,将采访深入地进行下去;或者增加对采访对象的痛恨和愤怒,不屑一顾和嗤之以鼻,给予曝光和揭露。

另外,记者在长期的采访过程中,必然要接触形形色色的人和事,必然会有各种感受及深刻体验,品味生活和社会的酸甜苦辣。因此,采访也是记者锻炼能力、培养感情、提高责任意识的主要途径。成熟的记者、有作为的记者,都有自己的采访体验和生活情感,都是在采访和报道中积淀出来的。

四、新闻采访的基本方法

新闻采访的方法是各种各样、多姿多彩的,或因人而异,或因事而异,或因环境而异,或因时间而异,或因条件而异;不一而足,不可能有一个统一的模式。但是,不论哪个媒体,也不论哪个记者,他们所遵循的基本方法应该是一样的,那就是“三深入”。“三深入”指的是深入实际、深入群众、深入生活。“三深入”是做好新闻采访和报道的基本方法,这是因为:其一,新闻的源泉在实际之中,在群众之中,在生活之中。社会的主体是人民群众,他们天天在进行着生产、生活、学习、科学实验、军事活动等方面的实践,上层各个领导管理部门的工作最后也都要落实到基层中去,各种社会矛盾都会从基层的实际中、从广大群众中反映出来。假如脱离实际、脱离群众、脱离生活,新闻就成无源之水、无本之木。即使接触实际、接触群众、接触生活,但浅尝辄止,也不会采访挖掘出好题材、好

新闻的。其二,我们的新闻报道要有针对性,针对什么呢?就是针对实际中的问题。因此,不深入实际,不发现问题,就不可能有的放矢,反映群众的呼声和要求。记者要站在群众的角度看新闻报道,群众也最愿意看接近他们生活实际的新闻节目。其三,记者的科学思维能力不能光靠读书提高,还应该在不断深入实际、深入群众、深入生活中得到提高。只有“三深入”,人才能变得越来越实际,越来越科学,越来越高明。同时,记者对人民群众的情感,也只有到人民群众中去接受心灵上的滋养才会得到熏陶、感化、培养。其四,要将新闻写得生动,把节目做得精彩,记者也得不断深入实际生活中去、深入群众中去,才能搜集到生动的情节,采集到精彩的语言。其五,从促进新闻改革来说,记者也只有深入实际中去、深入群众的火热生活中去,才能知道哪些新闻起积极作用,哪些新闻起负面作用,哪些新闻广大群众喜闻乐见,哪些新闻群众不大欢迎,由此不断改进和提高我们的采访和报道工作。

深入实际,深入群众,深入生活,既要作风深入,迈开双脚,走出新闻单位的深宅大院,下去和群众打成一片;还要思想深入,沉下去,钻进去,发现新现象,研究新问题,采制出别开生面、富有见地的新闻和电视节目。

目 录

序文/1

- 一、为什么要学习电视(新闻)采访与写作/1
- 二、对传统新闻采访的基本认识/2
- 三、新闻采访的作用(目的)/5
- 四、新闻采访的基本方法/6

上编 电视采访

第一章 电视采访的形成、拓展和特色/2

- 第一节 电视采访的产生和拓展/2
- 第二节 电视采访的特征和优势/7

第二章 电视采访策划/18

- 第一节 电视宏观策划/18
- 第二节 电视采访策划/25
- 第三节 电视采访选题/30
- 第四节 电视采访准备/48

第三章 电视采访的主要环节/62

- 第一节 现场观察/62
- 第二节 实施访问/71
- 第三节 提问的原则和方法/79
- 第四节 访问记录和材料梳理/91

第四章 电视现场报导/96

- 第一节 现场采访/96
- 第二节 现场报道/104
- 第三节 出镜记者/107
- 第四节 纪实拍摄/116

电视(新闻)采访与写作

目 录

002

第五章 电视采访的其他模式/126

第一节 电视采访的常用方式/126

第二节 体验式采访/128

第三节 隐性采访/131

第四节 突发事件的采访报道/136

第六章 采访心理/143

第一节 记者心理/143

第二节 电视采访对象心理/147

第三节 电视受众心理/149

下编 电视写作

第一章 电视(新闻)写作概述/156

第一节 电视文稿(解说词)的地位和作用/156

第二节 电视节目的主题/164

第三节 电视节目的材料/170

第四节 电视文体写作的基本要求/174

第五节 电视文稿的特别写作/180

第二章 电视新闻类节目写作/189

第一节 电视消息(新闻)类节目的界定及特点/189

第二节 电视快讯·简讯的写作/193

第三节 电视新闻(消息)的写作/201

第四节 电视新闻文稿的结构/210

第三章 电视专题写作/220

第一节 电视专题写作的基本规程/220

第二节 专题访问/228

第三节 电视专题的其他类别及文体样式/234

第四章 电视评论写作/244

第一节 电视新闻评论(言论)/244

第二节 电视评论(述评)的题材和体裁/248

第三节 电视言论类节目的分类写作/259

第四节 电视谈话节目的写作/269

主要参考书目/282

录 目

文 献

附 录

章 一

章 二

章 二

章 一

章 二

章 三

章 四

章 三

章 二

章 三

章 四

章 四

章 一

章 二

章 三

章 四

中国已衣采(同稿)附由 第一章

中国已衣采(同稿)附由 第一章

中国已衣采(同稿)附由

中国已衣采(同稿)附由 第一章

中国已衣采(同稿)附由 第一章

上编 电视采访

中国已衣采(同稿)附由

中国已衣采(同稿)附由 第一章

中国已衣采(同稿)附由 第一章

中国已衣采(同稿)附由 第一章

第一章 电视采访的形成、拓展和特色

采访是记者工作的基本手段。没有电视采访,就没有电视节目。

——记者格言

“当今新闻工作最有价值和最具独创性的成就,通常都是从采访得来的。”“采访是我们这个行业的基本工具,没有它,我们就无法生存。”

——(约翰·布雷迪《采访技巧》)

第一节 电视采访的产生和拓展

任何活动的产生、任何事物的出现,都有一个相应的原因,也有一个相对漫长的发展过程。新闻记者的采访活动也是在一定的基础上逐渐出现的,它是伴随近代报纸的出现而产生的一种社会活动。它的历史,可以追溯到公元15世纪末期。其间,新闻大体经历了开创时期、成熟时期、巩固提高时期、飞跃发展时期、激烈竞争时期。17世纪初期(1607年)近代报纸诞生,出现了新闻采访活动;1835年,哈瓦斯通讯社(现名法新社)建立,标志着专业采访队伍的形成;20世纪20年代(1920年11月)广播诞生,壮大并丰富了新闻采访活动;30年代(1936年11月)电视诞生,迎来了电子化的采访时代。从此,新闻采访呈现出百花争艳的繁荣局面。

物竞天择,适者生存,是事物存在和发展的基本规律。任何事物的存在,都要具备一定的条件,都是在相互竞争、相互依存中得到发展的,也是相辅相成的结果。电视采访之所以能够存在并且标新立异、独树一帜、自成体系,是因为它既把制作电视新闻、电视其他节目视为自己赖以生存的温床,又把它当作电视记者与广播、报纸、通讯社记者竞争的手段,同时还把它看做是提高自己生命力的一条途径。

一、电视采访的产生

世界上任何一个媒体的采访活动都是伴随着新闻或其他栏目(版面)的出现而产生的。

1936年11月2日,英国广播公司(BBC)在伦敦市郊亚历山大宫正式播送电视节目,宣告了电视的诞生;随之,电视新闻出现。开播之初,电视新闻的播报形式除了在电视荧屏上有个读稿的“人像”(播音员)外,其余与广播新闻没有什么区别。同样,电视新闻的采访也与广播、报纸新闻的采访一样,没有什么不同。当时,电视还很幼小,学着别人走路的样子走路,谈不上什么叫电视采访。1939年2月28日,美国全国广播公司(NBC)所属的WZXB实验电视台首次实况转播了纽约世界博览会的开幕式,报道了罗斯福总统主持这次开幕典礼仪式的消息。虽然,这种报道属于个别情形,但它是对电视采访报道的大胆尝试,带有探索性和突破性,应该视为世界上最早的电视新闻;这则新闻的实况拍摄亦应视为电视采访的开始。因为这则新闻的采访报道过程既区别于广播,又区别于报纸,还区别于通讯社的采访报道。当然,由于当时的技术、设备的限制,电视人对电视新闻的认识有限,这种采访报道没有得到及时的延续、广泛的应用和进一步的开发。1941年,美国正式播出电视新闻,采用的同样也是口播新闻的形式。它是将类似于今天的简明新闻写在纸上,交给播音员播报,被称为“撕下来念”!

虽然,电视刚刚起步,但它总是在探索着自己走路,走自己的路。1947年,是电视采访跨越式发展的一年。这一年,美国全国广播公司(NBC)和哥伦比亚广播公司(CBS)相继与电影设备、胶片厂家合作,制造16毫米摄影机和16毫米胶片,用于拍摄电视新闻。这种轻便的小型摄影机便于记者在新闻现场采访、拍摄画面,使电视新闻较之报纸、广播具有连续活动的图像,形成了自己的优势——活动的画面。由此,电视记者的采访活动与报纸、广播记者的采访有了明显的区别。不过,这个时期(20世纪40年代中后期)电视新闻还是电影纪录片和广播新闻的结合物,它还不是我们今天说的电视采访;但它毕竟是电视采访的一个跨越。

20世纪60—70年代,电视迅速崛起,电视新闻得到迅猛发展,电视记者的采访活动开始活跃,日趋繁荣。20世纪70—80年代,电视技术上的一项重大突破,带来电视采访的一次革命,使新的电视采访方式逐渐形成,逐日完善,逐步成熟,并凸现出自己的优势和特点。

那么,电视采访为什么在这个时候产生并得到长足的发展,乃至繁荣呢?首先,从技术设备看,是技术、设备支撑了电视采访的形成。