

DIANSHI XINWEN SHIWU

DIANSHI XINWEN SHIWU

电视新闻实务

杨
丽
编著

哈尔滨地图出版社

电视新闻实务

DIANSHI XINWEN SHIWU

杨 丽 编著

哈尔滨地图出版社
·哈尔滨·

图书在版编目(CIP)数据

电视新闻实务/杨丽编著. —哈尔滨:哈尔滨地图出版社, 2007.4

ISBN 978-7-80717-584-1

I. 电... II. 杨... III. 电视新闻—电视工作 IV. G222

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 049534 号

哈尔滨地图出版社出版发行

(地址:哈尔滨市南岗区测绘路2号 邮编:150086)

哈尔滨庆大印刷厂印刷

ISBN 978-7-80717-584-1

开本:850 mm×1 168 mm 1/32 印张:10.4375 字数:290 千字

2007年4月第1版 2007年4月第1次印刷

印数:1~500 定价:26.00元

前言

电视是伴随着现代科技迅速发展的最现代化的大众传媒,在电视传播的七十多年时间里,电视新闻已经远远超越了娱乐、综艺、影视剧等成为电视传播的主打节目,与社会生活的关切度越来越紧密,干预社会生活的能力也越来越强,已经发展成为社会文化的重要组成部分,公众已经习惯于从电视新闻节目中获得他们需要的新闻信息。一份调查显示,我国有 71% 和 58% 的电视观众把国内新闻和国际新闻选为最喜欢的节目,可见,“新闻立台”不仅在电视新闻的理论研究领域和电视新闻的实践者队伍,甚至在电视新闻节目的受众中间已经成为共识。

成为电视节目中最重要成员的电视新闻,因为自身显著的地位而对从业者的要求越来越高,如何更快、更好地培养出更多的优秀电视新闻的实用人才呢?基于这样的理念,本书的编者借鉴电视新闻理论研究的书籍和优秀作品,结合十几年的电视媒体新闻工作经验,编著了这本《电视新闻实务》,以期在媒体竞争日益激烈的形势下,为电视新闻的从业人员和新闻院校的学生们提供帮助,力争找到电视新闻理论与实践紧密结合的突破口。

新闻工作的实践性非常强,本书从分析优秀电视新闻作品、研究成功案例入手,进行电视新闻理论的分析和学习,在不断地对新闻作品的分析研究中提高从业技能。为弥补电视新闻教育上的重理论少实践的缺陷,增加实践技能的训练,着重掌握电视新闻节目采制的基本规律和方法,从而使这门学科真正由实践到理论、又从理论到实践;从感性认识上升到理性认识,由理性认识进而获得和提高实践的基本能力,增强从业的信心。

本书分为三部分十章四十节展开。第一部分对电视传播特性、电视新闻节目和电视新闻传播理念发展趋向进行概述,为电视新闻的理论学习和实践操作提供牢固的基础;第二部分是根据电视新闻

采制的流程进行电视新闻的采制、电视新闻记者工作和电视新闻的选题、策划与采访以及电视新闻的编辑与写作、电视新闻节目的编排与播出方面的重点分析;第三部分是从电视新闻的类别角度对消息类电视新闻节目、专题类电视新闻节目、评论类电视新闻节目和调查类电视新闻节目进行研究,着重分析节目特性和创作要求。

虽然本书以电视新闻的实务为主要内容和成书宗旨,但是并不意味着将实务的意义上升到超高的高度,这里需要借用哥伦比亚大学新闻学院卡莱教授的话申明:“新闻不等于传媒。新闻作为一种独立的社会实践不能和媒体混为一谈,新闻学的学术根源来自人文科学和人文类的社会科学中,它同政治、文学、哲学、艺术和历史都有着密切的联系,而传媒至多不过是一种传达意义的工具、科技、组织结构。”电视的传播手段、传播技术固然赋予了电视新闻很多色彩,但是电视新闻最核心的价值却不是形式而是内容,真正的学习就是调动一切形式为内容服务。

对于电视新闻实践的日新月异的变化,层出不穷的新样式、新作品,本书很难完全给予理论上的深入研究,也不能对新的实践一一作答,希望学习者在学习过程中逐步尝试有益的探索。本书在编写中由于经验有限,当然难免疏漏和错误,诚挚欢迎业内专家学者批评、指正。

作者

2007年初夏于鸡西

目 录

第一章 电视传播特性和电视新闻概述·····	1
第一节 电视传播的主要特点·····	1
第二节 电视新闻节目概述·····	10
第三节 电视新闻传播理念的发展趋向·····	23
第二章 电视新闻的采制·····	29
第一节 电视新闻采制特点·····	29
第二节 电视新闻取材原则·····	35
第三节 电视新闻的取材方向·····	48
第四节 电视新闻的取材方式·····	59
第三章 电视新闻记者工作·····	64
第一节 电视新闻记者的定位·····	64
第二节 电视新闻记者的电视意识·····	66
第三节 电视新闻记者的素质和能力要求·····	69
第四节 电视新闻记者的特殊能力·····	77
第五节 电视新闻摄像和电视摄像记者的特殊能力·····	81
第六节 电视新闻节目主持人的特殊能力·····	90
第四章 电视新闻的选题、策划与采访·····	97
第一节 电视新闻选题·····	97
第二节 电视新闻的采访·····	106
第三节 电视新闻采访的方式·····	117
第五章 消息类电视新闻节目·····	131
第一节 消息类电视新闻节目概论·····	131
第二节 电视新闻分类·····	142
第三节 电视新闻按节目形态分类·····	145
第四节 电视新闻按新闻题材分类·····	156
第六章 专题类电视新闻节目·····	184

第一节	专题类电视新闻节目界说·····	184
第二节	专题新闻和专题报道·····	186
第三节	电视新闻专题访谈·····	195
第四节	社会问题、社会现象的思辨性报道·····	198
第七章	评论类电视新闻节目·····	206
第一节	评论类电视新闻节目界说·····	206
第二节	电视评论节目的形态·····	210
第三节	电视评论节目的要素特征·····	213
第四节	电视评论节目的基本要求·····	222
第八章	调查类电视新闻节目·····	233
第一节	电视新闻调查概说·····	233
第二节	电视新闻调查特性分析·····	236
第三节	电视新闻调查分类·····	239
第四节	电视新闻调查节目创作·····	241
第九章	电视新闻的编辑与写作·····	256
第一节	电视新闻编辑工作·····	256
第二节	电视新闻解说词的要求·····	267
第三节	电视新闻解说词的结构形式·····	279
第四节	电视新闻解说词的写作技巧·····	282
第十章	电视新闻节目的编排与播出·····	296
第一节	电视新闻节目编排的思想·····	296
第二节	电视新闻节目编排的原则和程序·····	298
第三节	电视新闻节目编排的方法·····	303
第四节	电视新闻节目的播出·····	318
参考文献	·····	328

第一章 电视传播特性和电视新闻概述

第一节 电视传播的主要特点

一、电视媒介自身特性

任何一种大众传播媒介都是凭借物质工具进行社会性的信息传播活动。

作为大众传媒之一的电视,它的传播活动与自身特性之间的特殊联系就在于电视传播特性的生成首先是植根于它所作用的物质材料(工具、设备)及其传播活动的独特方式。

电视传播是信息运动的一种形式。国际电信联盟所属的“国际无线电咨询委员会”给“电视”所下的定义是:“电信的一种,用于传送代表景物的信号,在收到信号之际将它储存后,使景物的画面重显。”它不同于电影银幕的图像“重显”,电视运用光电变换系统,使图像、声音和色彩从远距离外重现在屏幕之上,随着微波中继线路系统、同步定点通信卫星、直播卫星的相继应用,电视传播突破时空制约,迅速、真实、准确地传输各种信息,使传播与接受双方处于共时态之中。这种先进的通信技术被广泛应用于科研、经济、军事、教育、医疗、侦破……以及大众传播等各个领域之中。

电视媒介的性质和其他大众媒体一样具有两重属性:一是社会属性,二是自然属性,指媒介自身固有的特性、优势、局限以及由此衍生的不同于其他媒介的传播方式、表达方式。电视媒体和从业人员必须充分认识、尊重媒介的自然属性,尊重电视媒介自身固有的特性,因势利导,自觉地利用客观规律,才能发挥人的能动作用,收到最佳的传播效果。

二、电视传播的主要特点

1. 以电子科技进步为依托

在整个历史进程中,传播活动是人类生存发展所必需的。一方面,社会生产力的发展对于传播活动和传播事业必然提出越来越高的要求;另一方面人类传播活动的工具、手段总是随着社会生产力(包括科技水平)的发展而获得革新和演进,借此不断拓展着传播活动的深度与广度。

1936年在英国伦敦市郊亚历山大宫建立第一座电视台正式开播之后,电视技术就经历了由黑白到彩电,由电子管到集成电路,由地上电缆传输到空中卫星传送,由近距离覆盖到全球覆盖,由单向传输到双向(多向)传送的几大飞跃。在近50年电视科技发展过程中,电视摄录、制作、传播工具与手段的不断更新与变革,赐予电视工作者一项又一项神奇的武器,使电视传播活动如虎添翼,不断开拓新的领域,显示了自身得天独厚的种种优势。1954年彩色电视出现,1956年美国安培电器公司推出第一台录像机,1958年录像在美国、日本首先投入使用,1962~1964年定点同步通信卫星由试验到正式运行使用,1968年便携式电子新闻采集系统——ENG摄像录像设备的问世,20世纪70年代以后各种特技编辑机的运用,80年代以后卫星直播电视、有线电视、电缆电视的崛起……都是电子科技为电视传播开阔新路的明证。

电子技术渗透于电视传播全过程之中,是电视事业、电视传播活动不可分割的一部分。在节目制作、播出、发射、传送和接收各环节中,先进的技术与设备都是节目生成、传播的物质载体与保障。在迄今为止的人类传播史上,电视传播是最先进的物质形态与最丰富的精神形态有机统一的产物,也是高度的物质文明与精神文明相结合的巨大成果。

高科技也给节目制作提供了许多新的表现手法,从而不断开拓、丰富节目形态。转播车为远距离的现场采访与实况转播,通信卫星为传播双向或多向远距离中继采访节目、几地互传节目,以及多点电视现场直播节目,数字特技为生产丰富多彩的电视动画片,提供了强有力的技术支持。上行移动通信卫星的转发设备技术在战火纷飞的

波黑战场和海湾核查危机的关键时刻,在伊拉克战争期间,让全世界观众看到了前线记者的现场报道,移动卫星可视电话系统也使跨洋的远距离乃至极地的同步跟踪报道得以实现。

集编辑机、字幕机、特技机为一体的数字式非线性采编设备,在传播实务中,已充分显现出多方面的功效。大大提高编片、审片的效率;确保编辑的质量和准确度;可以同时存储和调用素材资料;便于选用制作千姿百态的特技;可以建立虚拟演播室并扩展主持人的活动空间,等等。在当今只要拥有一台数字化的 ENG、一台非线性编辑机和一台小型卫星转发器,就能实现采访、编辑和播出的同步。

电视传播任何一个过程都是依靠技术通道进行的,都离不开电视技术和必要的设备器材,但是电视传播质量最终还是取决于电视工作者的思想和艺术水平,取决于他们深刻的电视媒介意识以及把握、挖掘技术潜能所作的不懈追求。

2. 直接性、直观性与现场性

随着电子声像技术日趋完善,电视传播活动从摄录各类素材到编播、传输、覆盖和接受各个环节都具有越来越高的保真度和传真力。只要善于运用先进的器材设备,既能如实再现客观对象的具有直接性、直观性的图像、声音,又能确保视频音频信号全球范围内传输而不失真、耗损。现场实况播出(尤其是现场直播),这正是电视优越于其他大众媒体的第一优势。

电视的现场性最突出体现在现场直播这一方式之中。

电视现场直播是电视节目中最具电视特色、最受广大观众关注、也最能发挥电视传播优势的一种传播形式。它是通过现代化的电子传播技术,即时将现场事件的进程,同步传送到电视机上,从而实现新闻事件进程在电视屏幕上的同步播放,直播具有多方面的传播优势:首先,它具有最新的传播时效性。它将媒介与受众、新闻事件与新闻报道之间的时间差缩至最短,几乎达到了事件的发生与新闻采集传递和受众收受双重意义上的共时同步,满足了观众在第一时间内了解事件进展过程和结果的心态。第二,它具有强烈的共时体验

性。它将新闻事件的现场即时搬到电视屏幕上,实现了电视观众与新闻现场“远距离、共时空”的观赏效应。第三,电视现场直播最逼真的现场能带给观众强烈的参与感。摄像机的眼睛代替了观众的眼睛,它使观众仿佛亲自置身于新闻事件现场,即时观看事件进展;同时,事件进展的流动性和不可预知性,使观众与媒体共同经验未知的进程,共同应付突发事件,大大满足了观众的知晓欲和好奇心,增强了他们对新闻事件的参与感。可以说,现场直播把电视传播的现场感、快时效和参与感的优势发挥得淋漓尽致。

3. 屏上展现人际交流

随着“声画一体”的摄像机的应用,随着大众传播中受众主体地位的逐步确立,社会公众日益重视使用电视媒介,电视展现人际交流,并借此反映客观世界、促进社会交流的长处,才能得到充分的发挥,为丰富节目的内容与形态起到越来越重要的作用。

迄今为止,电视是所有大众传播媒介中最便于展现人际交流的媒介。电视工作者为适应家庭观众的收视需要,一直在寻求电视与观众之间在视觉、听觉、思想感情上的交流。从广义上说,电视屏幕上的图像、语言、音响、文字各个元素以及定期连续的播出方式都是节目与观众交流的渠道。其中,以有声语言为主、体态语言为辅的屏上人际交流占有特别重要的地位。

在电视节目中,主持人、评论员、播音员的讲述,记者的现场采访和播讲,各界人士的谈话、讨论和辩论都是属于屏上人际交流。电视屏幕上的人际交流,总是伴随着生动直观的图像——包括说话的特定环境,说话人的眼神、表情、手势、体态、服饰,交流双方的位置、距离也都在传递着交流者之间的种种关系。在这些“体态语言”的配合下,屏幕上的人际交流自然更能诱发观众的临场感、参与感。节目中人际交流的各种形态都是最接近日常生活中的人际传播,因而也易于获得人际传播的效果。各种谈话类节目的成功正充分地说明了这一点。

4. 内容、形式的兼容综合性

电视频道之多,节目量之大,品种之丰富,题材之广泛,表现形式之多样,是其他任何大众传媒不能比拟的,观众数量之巨大也是其他媒体望尘莫及的。

从传输符号上看,图像、声音和适当的文字符号同时作用于受众视觉、听觉两个通道,直观可感,通俗易懂。综合运用这三类符号表达一定的内容,对受传者具有很强的吸引力和感染力。独具现场纪实魅力的电视节目比更追求艺术性的电影还吸引人。

从节目形态上看,以一种基本表达方式为主,兼容其他方式,如某些文艺节目中采访与表演、纪实与虚构兼容,还可综合各种形态的版块为其中的组成部分,如“杂志型”栏目。

从节目内容上看,新闻、文艺、科技、农业、军事,等等,所有以电视的传播手段能够传播的内容都是电视的传播内容。

从传播手段和技巧上看,既能发挥电视传播的种种优势,又可借鉴各种艺术门类和其他大众传媒的形式、经验、技巧,丰富电视节目的艺术手段,电视又是唯一能够将人际交流全方位(指交流中的体态语言和氛围、环境)引入的大众传媒,人际传播的种种优点、长处、经验和技巧在电视的传播中得到运用。

从传播形式和形态上看,可以直播、录播、远距离互传同时并举,必要时可以相互容纳,如重大庆典活动或大型节目晚会、节目直播中就较多插入预录的访谈、专题片和片段或资料。

5. 顺时序的连续定期编播方式

电视传播是依时间流程连续进行的,频道、栏目设置和编排艺术正是依据传播的宗旨方针、观众的需求以及在收视率与社会效益等诸方面因素,将播出时段进行分割和组合的“艺术”。

观众充分认识电视是信息传播的重要工具,总是把电视传播视为连续不断的信息流程。在当今时代,观众需要电视台及时地、每时每刻地为他们提供最新的社会信息,观众每天都从某些栏目中,持续而定时地获取自己所需要的各类信息,成为一项不可更改的习惯。

对事件的连续追踪报道最能体现这种心理和欲望,观众特别希望能从电视上获悉事件的来龙去脉、发展进程、前因后果。不仅新闻节目,其他各类节目,由于内容的连续性,观众的期待心理也是普遍存在的,比如《星光大道》、《超级女生》等观众参与、自娱自乐的节目,培养了观众的强烈的期待心理。

电视节目、栏目都有固定的播出时间,节目和定期播出的栏目吸引观众自觉收看,是否善于发挥连续定期播出的优势,推出备受观众关注的连续、系列节目和栏目,已成为各个电视台竞争的焦点之一。

6. 电视传受之间的特殊互动关系

由于电视传播与家庭接受的方式相互制约,相互作用,使传受双方在传受过程中显现出有别于人们接收报刊、广播时的心理感受与行为方式,形成了独特的互动关系。主要表现在以下几个方面:

第一,“一杆子插到底”

“一杆子插到底”由于同时“插”入万千家庭,不仅能减少信息传播的耗损、失真和迟缓,而且从某种意义上还有强化和增殖的效果。形成对社会公众的冲击力、轰动效应,成为社会热点和舆论中心等。2005年、2006年的神舟5号、神舟6号载人飞船发射、回收成功的现场直播,成为一个时期内全国人民和爱国华侨的关注中心。还能使全体受众获得接受传播的平等与共享的感受。由于经常通过电视共享某些信息,使相距遥远的“地球村民”增进了解和沟通,在一定程度上有助于养成相互关心、友善的情感,在越来越多方面取得共识。

第二,“面对面”的传播

在电视之前的任何大众传播活动中,传播者——记者、编辑、主持人或特邀的政府官员和社会各界名流都没有机会直接同受众见面,观众只知其名或只闻其声,受众是靠文字、照片、版面版式处理或声音来了解传播内容、意图以及传播者的思想情感。

在出现电视以后,不仅传播者的语言,传播者的眼神、表情、姿态、服饰、化妆等全都发出信息。这些无言的信息与有声语言相互配

体形象,可以充分施展人际传播的能力技巧,如果处理得当,一颦一笑、举手投足之间都会强化有声语言的信息内容,给观众留下美好而深刻的形象,进而形成独具的吸引力和感召力。比如2006年火起来的易中天、于丹,正是在《百家讲坛》这个把电视与学术结合得非常紧密的栏目中,充分展示他们的学术研究成果和个人魅力,火起来只是节目的副产品。

第三,家庭收视的接密性、随意性与共享性

在电视传播的过程中,“终端”和“目的地”是家庭,任何电视台和制作编播工作者,都要充分考虑到家庭这种收视环境、收视活动的特点以及对于电视节目的迎拒取舍的心态。

电视定时定期地传送各类节目,已经成为现代家庭的成员。但是家庭作为收视的空间环境,难免存在种种干扰,因此不少观众不具备连续而专心的收视环境。人们多半是在业余闲暇时收看节目,还常与其他活动(家务、聊天等)同时交叉进行,看电视的心态多是随意而轻松,这就形成了家庭收视的日常性、随意性和间断性。电视受众是存在着亲缘关系的家庭成员,收视场合也具有亲密的氛围,是亲情的共享,更是节目的共享。

电视节目的制作、编播都应该研究家庭的收视行为中价值取向、价值标准、观赏趣味。在电视栏目、节目总体策划、为目标受众定位时,既要下大力气办好多数家庭需要与感兴趣的节目、栏目,又要拓宽思路,分别为具有不同需要的不同社会阶层的家庭,精办对象性的节目,让观众各取所需,各得其所。

三、电视传播的主要优势

电视传播特点是电视媒介及其运动方式固有的,如何把电视传媒的特点转化为传播优势呢?可以通过这样几个途径:

1. 以现在进行时传达真实强烈而丰富的现场信息

电视新闻节目中必需充分发挥现场性的优势是不言而喻的。除此之外,知识和社会教育、电视文艺娱乐活动以及服务性节目,均有可能发挥“具有现场实况”的威力与魅力,激发观众产生身临其境参

与其事的感受。

2. 与观众亲密交流沟通的效应

屏幕上大量出现各类人际交流活动,使电视传播突破其他大众传媒不能展现传播者(如记者、编辑、主编、社会各界撰稿人)可视形象的局限,“面对面”地同广大观众讲述、叙述、评述乃至呼唤应答(运用电话、大屏幕等手段)。

3. 各阶层人士的广泛参与

各阶层的观众可以参加各类节目担任“传者”的角色,提供信息、参与讨论、直抒胸臆,展现才能技艺、参与各类竞赛节目,与主持人联袂主持节目……这种参与既在不同程度上实现了社会信息的交流、沟通,对于促进社会各阶层的相互理解,协调行动发挥积极的作用,更重要的是体现出观众直接使用电视媒介的权利。随着社会各界人士越来越多地走上屏幕,电视传播在促进社会沟通、相互理解、协调行动各个方面将发挥更大的作用。

4. 多样而综合的传播功能

电视有计划、按比例地统筹兼顾,传递新闻、反映舆论,施行社会教育和知识教育,满足文化艺术和艺术欣赏需要,并为社会公众提供各种切实的服务。为社会物质和精神生产生活提供有益的服务,在诸多功能中,电视的娱乐和服务功能很显然要超过报刊与广播,成为人们在业余时间消遣与娱乐的首选传媒。更值得强调的是电视不但可以直接有力地对近期的社会生活发挥这样那样的作用,从长远看,也可日积月累地对一个民族的文化思想、价值观、心理素质的发展和变化产生深远的影响。

5. 有序编排培养观众收视习惯

电视台可以借助合理而有序的栏目节目编排,开发观众的收视时间,培养收视习惯。电视顺时传播(线性传播)的特点对观众来说既有强制的局限,但也有益于与观众建立“定时交流,定时服务”的密切关系。关键在于传播者善于根据观众的需求策划、制作出观众喜爱的节目、栏目,便于确立起节目、栏目及其主持人的稳定形象,观众

对某些台、频道、栏目、主持人产生兴趣、依赖后,就会养成收视习惯。电视台可以凭借这一优势通过节目精心设置、巧妙的编排,可以充分开发不同时段,播出众多的节目、栏目,供不同观众群各取所需。

四、电视传播的局限性

电视传播尽管具有自身的传播优势,但同时也存在着一定的局限性。

1. 线性传播的制约

电视传播按时间流程依次播出节目,每个节目的图像和语言也是逐帧逐句呈现,称之为线性传播,以区别于印刷媒介经营版面的空间传播。观众不能像读报读书那样,可以读读停停,反复读其中某一部分。

电视线性传播,也给观众带来诸多的制约与不便:一是必须按节目单规定的时间收看某一节目;二是必须同时并用视听器官,稍不留神,声画形象随即飞逝,给继续收视带来不便;如果节目内容形式令人费解,或很缺乏吸引力,也会影响收看情绪。三是收视过程中难以总览播出节目的全局。在开始收视之前,也不能像阅读报刊那样先浏览大概再从容选择。

2. 对可视图像的依赖性

在电视传播和电视节目构成符号之中,图像是基础。电视台和观众都习惯于依赖电视的图像表达和获得真实准确的信息。如果题材本身缺乏直观形象,或者由于历史久远不可能有当时的图像资料,或者是客观技术条件制约当前发生的事件(特别是突发性事件),难以传回图像;或者有些拍摄对象,如新闻类节目中的场景,不足以体现出其丰厚的内涵,有些人物在镜头前过于紧张,又不善言辞,难以充分展现真实的性格和风采,也限制了图像的效果,都会造成对电视收视的影响。

现在,在世界各地的突发事件报道中普遍运用卫星电话、互联网、移动卫星地面站,密切电视台与前方记者的联络和配合,有助于及时回传图像或声音信号,继续巩固观众对图像的依赖。

3. 不适于表现理论性、专业性过强的题材

电视对于某些理论性、专业性过强的主题和题材,由于电视的表达方式、电视观众的广泛而又多层次性、收视心态和氛围的制约,难以作充分而深透的表达。此外,对于某些人物的精神世界和心理活动(包括深层的思想、情感、态度和各种观念),电视节目中的上镜人物不是都能像文字那样表述得从容、细腻、透彻和准确。

本节思考题:

1. 电视传播的主要特点是什么?
2. 电视传播的优势与局限性有哪些?

第二节 电视新闻节目概述

一、电视新闻界说与分类

1. 电视新闻定义

1990年7月由中国广播电视学会研究委员会和中央电视台研究室牵头,组织电视新闻理论工作者和实践工作者,根据电视新闻的实践发展,对电视新闻进行了科学的分类与界定,并对电视新闻的有关条目作了定义式的界说。经过多次的认真修改、探讨,最终对电视新闻做了如下的定义规范:“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。”

定义的前两个短句是界定电视新闻与报纸新闻、广播新闻的不同个性。前一个说明电视新闻同广播一样,同属电子媒体,以区分与印刷媒体报纸的不同。广播是以声音为传播符号,电视则是以声音和画面为传播符号,视听双通道传播信息,具有电视新闻个性化的传播特点和优势。后一句话是对电视新闻作为新闻共性的界定。在我国,陆定一同志在延安时期说:“新闻的定义,就是新近发生事实的报道。”这已经成为新闻界约定俗成的规范语言,电视新闻的定义正是在此基础上,又根据现代电子技术提供给电视新闻的条件特点,从电视新闻本身的发展、题材的扩大作了“正在”和“发现”的补充。