

高等院校

广播电视新闻传播系列教材

白 贵 王俊杰 主编

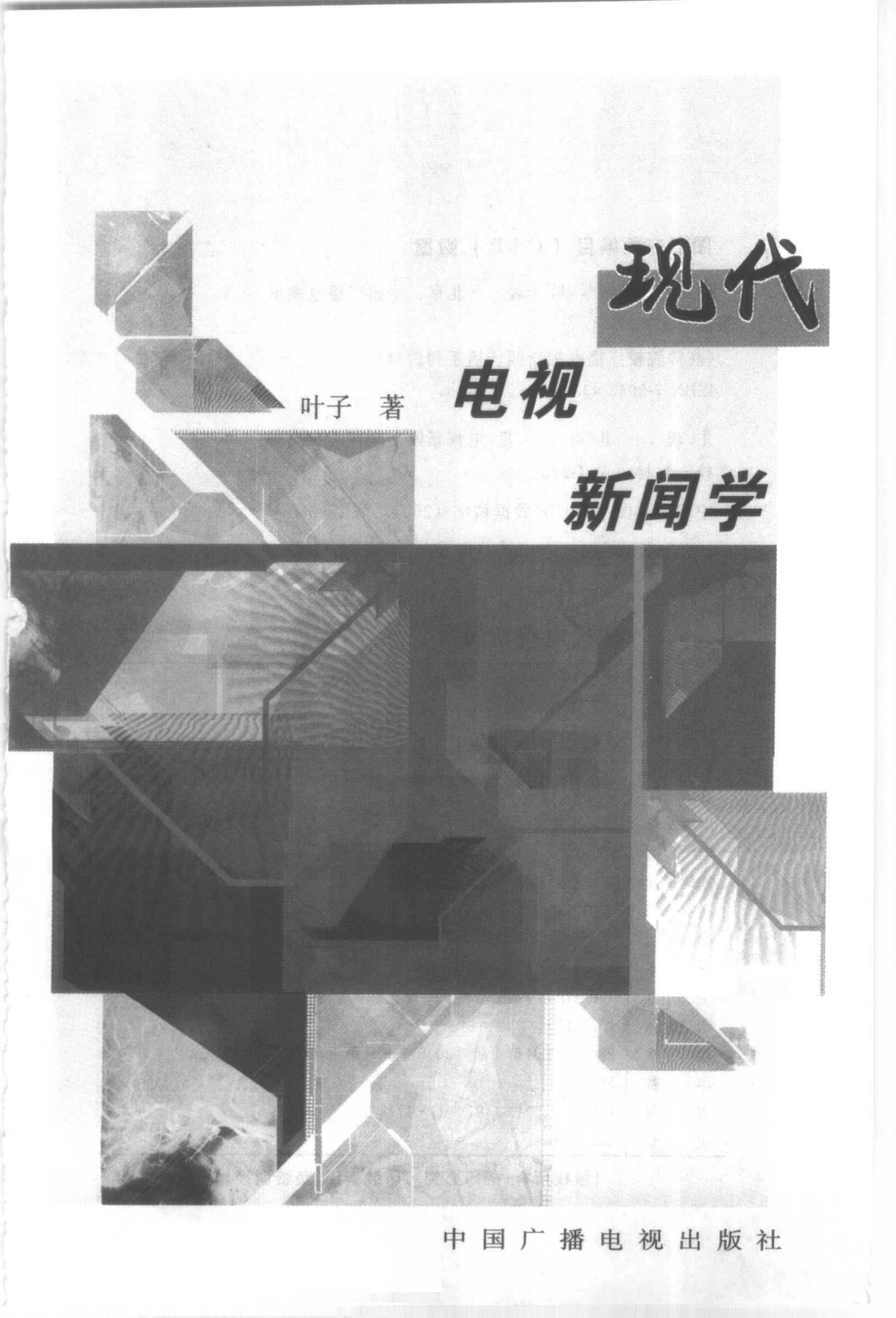
# 现代电视新闻学

XIANDAI  
DIANSHIXINWENXUE

叶子 著

电视新闻

中国广播电视出版社

The background of the cover is a complex, abstract collage of various geometric shapes, lines, and textures. It features overlapping rectangles, triangles, and irregular polygons in shades of gray, black, and white. Some areas have a fine, grid-like or woven texture, while others are solid or have subtle gradients. The overall effect is modern and layered, suggesting a multi-faceted or interconnected theme.

现代

叶子 著

电视

新闻学

中国广播电视出版社

## 图书在版编目 ( C I P ) 数据

现代电视新闻学/叶子著. —北京: 中国广播电视出版社, 2005. 1

(高等院校广播电视新闻传播系列教材)

ISBN 7-5043-4481-8

I. 现... II. 叶... III. 电视新闻 新闻学—高等学校—教材 IV. G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 129360 号

## 现代电视新闻学

作 者	叶 子
责任编辑	李晓霖
封面设计	张一山
责任校对	张莲芳
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	涿州市京南印刷厂
开 本	850毫米×1168毫米 1/32
字 数	366 (千) 字
印 张	15.125
版 次	2005年3月第1版 2005年3月第1次印刷
印 数	5000册
书 号	ISBN 7-5043-4481-8/G·1711
定 价	28.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

# 高等院校广播电视新闻传播系列教材

## 编 委 会

顾 问 方汉奇 赵玉明

主 编 白 贵 王俊杰

编委会委员 (以姓氏笔画为序)

王 列 河北师范大学新闻传播学院

王天定 西安外国语学院文化传播学院

王俊杰 河北大学新闻传播学院

王翰东 武汉大学新闻传播学院

白 贵 河北大学新闻传播学院

卢 焱 郑州大学人文学院

叶凤英 中国传媒大学电视学院

田建国 保定职业技术学院传播技术系

刘仁圣 南昌大学新闻与传播学院

刘立刚 北京工商大学传播与艺术学院

乔云霞 河北大学新闻传播学院

陈志强 南昌大学新闻与传播学院

严三九 华东师范大学传播系

李亚虹 河北大学新闻传播学院

杜友君 河北大学新闻传播学院

郑保章 大连理工学院人文社会科学学院传播学系

周 毅 湘潭大学文学与新闻学院

罗自文 中国青年政治学院新闻与传播系


杨新强 河北大学人文学院

杨新敏 苏州大学人文学院

季宗绍 南京师范大学新闻传播学院

武占江 河北经贸大学人文学院

颜士义 河北大学新闻传播学院



## 总 序

看到河北大学新闻传播学院组织编写广播电视新闻传播系列教材的计划,我感受到一种全国新闻传播院系教学竞争的气息。在计划经济时期,我们习惯了什么东西都要统一规划,当然教材的统一更不在话下。其实,除了中国人民大学、复旦大学两个全国新闻传播学高等教育的“巨无霸”外,全国其他高校的新闻传播院系,从20世纪80年代就在教材方面开始了联合编写的历史。那时,主要在新闻理论和新闻史方面,现在则进展到广播电视领域。有竞争是好事,希望更多的广播电视教材,除了用于本科教育外,能够推广到社会上。这对于普及广播电视知识,提高公众使用现代传媒的素养,具有长远的意义。


尽管网络等新媒介正在普及,但是,电视作为社会第一传媒的地位,在一个较长的时间里不会被动摇。因而,关于传统电子传媒(广播、电视)的知识,特别是电视知识,应成为大学新闻传播学本科教育的重点之一。当最早的电子媒介——电报出现的时候,马克思就以“用时间消灭空间”概括了它的基本功能。其实,现代传媒所做的一切,都是为了消除距离,除了时空距离,还有心理距离、社会身份距离、经济收入距离、受教育程度的距离、性别距离、成年人与儿童的距离,以及政治家、明星与公众的距离等等。在这个意义上,电子传媒悄然地改变着社会结构,需要我们从广播电视的历史、理论、编播业务、传播技术等角度,加

以阐述。毛泽东说,只有理解了的东西,才能够更深刻地感觉它。社会中的绝大多数人,只是自然地以感性看待广播和电视,每天把相当多的时间消磨在电子传媒上,而将对广播、电视的认识提高到“理解”的层面,应该是这套教材的任务。

广播以对听觉的满足开始突破印刷符号对人本能天性的隔绝,给人类带来一种新的听觉世界。电视则同时延伸了人们的听觉和视觉,从而在20世纪赢得了整个世界。人们获得了一种既超越时空,又在一定程度上恢复了人的本质感知能力的传媒,以往接触传媒的门槛在电子传媒面前消失了。也许在不久的将来,传统的电子传媒会完善于以数字化为基础的网络。

然而,广播和电视接触多了,人们会发现它们的肤浅和重复。广告和新瓶旧酒式的节目不断循环,更多地引导我们回归到已知的事情。通过这样的规范化传播系统,广电节目日常化地介入到接受者的经验领域,人们只能按照它们的安排接受什么和不接受什么,想要摆脱它们的支配都很难。于是,一个新的问题显现出来:人类应该被自己创造出来的东西控制吗?广播和电视创造了一种不同于现实世界的“电子媒介世界”,它们在现代信息技术的基础上衍生扩展的符号体系,瓦解了真实与非真实、客观实在与技术干预之间的界限。符号的生产和再生产本身构成了一个世界。

这套教材的重心在于广电的“新闻传播”的理论和业务,根据现在广电行业的情况,规范的广电新闻采访和制作需要予以关注。正是由于广播传媒拥有先进的传播技术,因而,应该要求更强的时效与更真实地反映现实。然而,由于职业精神的缺乏,相当多的电子传媒在新闻时效方面显现不出优势,导演新闻司空见惯,而让受众来区分表演新闻和真实现场是困难的。希望这套教材的出版,能够深刻的说明广播和电视的特点,说明广播



传媒新闻传播的规范,让人们科学而理性地利用广播和电视为自身服务,而不是相反,异化为电子传媒的奴隶。

1844年,第一次电报传播的试验在纽约和巴尔的摩之间进行。传播的第一句话借用的是《圣经》:“主啊,你创造了何等的奇迹。”(What hath God Wrought)我们知道,人自己才是社会奇迹的创造者。我们既然创造了从电报到广播、电视等一系列现代传播科技,我们就应该掌握这些“奇迹”。普及广播电视知识,让公众理智地掌握它们,我们重任在肩。

陈力丹

2004年11月29日于北京潘家园



# 目 录

## 第一章 现代电视新闻传播理念

- 一 时效意识/2
  - 1. 时效意识的意义/3
  - 2. 时效意识的实现/6
- 二 现场意识 /9
  - 1. 现场意识界说/9
  - 2. 现场意识的意义/9
- 三 受众意识/11
  - 1. 科学的受众观/12
  - 2. 受众意识的体现/13
- 四 策划意识/16
  - 1. 策划意识界说/16
  - 2. 策划意识的体现/17
  - 3. 策划意识运作的组织结构/19
- 五 品牌意识 /22
  - 1. 品牌意识界说/22
  - 2. 品牌意识的体现/24
- 六 互动意识/27
  - 1. 互动传播的优势/28
  - 2. 互动意识的发展空间/29

## 第二章 现代电视新闻职能

- 一 电视新闻  
与信息/34
  - 1. 新闻信息涵义/34
  - 2. 传播信息/35
  - 3. 解读信息/36



- |   |                |   |
|---|----------------|---|
| 二 | 电视新闻<br>与政治/38 | [ 1. 报道党务、政务活动/38<br>2. 传播党的方针、政策/40<br>3. 展现政治领导人魅力/40 |
| 三 | 电视新闻<br>与舆论/42 | [ 1. 舆论引导/42<br>2. 舆论监督/45                              |
| 四 | 电视新闻<br>与观众/47 | [ 1. 群众路线/47<br>2. 服务观众/48                              |
| 五 | 电视新闻<br>与宣传/50 | [ 1. 电视新闻与宣传的关系/51<br>2. 淡化宣传味,增强沟通交流/52                |

### 第三章 现代电视新闻报道原则

- |   |                 |  |
|---|-----------------|--|
| 一 | 电视新闻<br>共性规律/57 | [ 1. 及时/57<br>2. 真实/61<br>3. 客观/65<br>4. 公正/70 |
| 二 | 以人为本/74         | [ 1. “三贴近”与新闻价值/75<br>2. “三贴近”——新闻价值的回归/80     |

### 第四章 现代电视新闻取材方向

- |   |                  |   |
|---|------------------|---|
| 一 | 信息——观众<br>期望值/92 | [ 1. 扩大信息源/93<br>2. 增加信息量/94<br>3. 畅通信息流通渠道/95<br>4. 信息的整合/97 |
| 二 | 情感——报道<br>兴奋点/98 | [ 1. 情感因素意义/98<br>2. 挖掘事实的情感/100<br>3. 记者的情感/103              |



三 个性——传播  
人格化/105

- 1. 报道主体是人/105
- 2. 人物形象个性化/107
- 3. 人格化传播/109

## 第五章 现代电视新闻语言特征

一 立体信息  
传播/119

- 1. 重视同期声运用/120
- 2. 重视非语言符号的信息传播/122

二 直观形象  
思维/123

- 1. 善于拍典型的细节、情节/125
- 2. 蒙太奇思维/125

三 现场纪实  
再现/127

- 1. 采访记者的现场视角/128
- 2. 摄影记者的纪实摄影手法/130

四 观众多层次  
参与/131

- 1. 间接参与/132
- 2. 直接参与/132
- 3. 思想参与/133
- 4. 参与再传播/134

五 表现多元素  
综合/135

六 报道多工种  
配合/136

## 第六章 现代电视新闻报道方式

一 口播新闻/138

- 1. 口播新闻的作用/139
- 2. 口播新闻的发展/140

二 图片新闻/142

三 影像新闻/144

- 1. 影像新闻的作用/144
- 2. 影像新闻的运作/145

四 字幕新闻/150

- 五 现场报道/152
- 1. 现场报道的发展/152
  - 2. 现场报道的优势/155
  - 3. 现场采访/158
- 六 连线报道/160
- 1. 连线报道的发展/160
  - 2. 连线报道的实现手段/161
  - 3. 连线报道的优势/163

## 第七章 消息类电视新闻节目

- 一 消息新闻  
界说/167
- 1. 消息新闻涵义/167
  - 2. 消息新闻作用/168
  - 3. 消息新闻特点/170
- 二 消息新闻报道  
取材的创新/176
- 1. 观念创新/176
  - 2. 思维创新/179
  - 3. 实践创新/184
- 三 消息新闻栏目的  
多维格局/196
- 1. 综合性新闻栏目遍地开花/197
  - 2. 专业类、对象类新闻栏目  
全线出击/198
- 四 新闻栏目的  
编排/200
- 1. 新闻栏目编排的重要性/200
  - 2. 新闻栏目编排的创新/202
  - 3. 组合式编排/206

## 第八章 电视新闻深度报道

- 一 深度报道,电视  
新闻走向成熟的  
标志/213
- 1. 深度报道界说/213
  - 2. 电视新闻深度报道的崛起/216
  - 3. 电视新闻深度报道的发展/218
  - 4. 电视新闻深度报道界说/220

二 电视新闻深度  
报道的特点/222

1. 理性思辨色彩/222
2. 多侧面、多角度、  
多层次的立体报道/224
3. 表现手法多样/226
4. 传播效果显著/227

三 现代新闻观念/227

1. 现代新闻涵义的拓展/228
2. 思维方法的现代化/229
3. 现代新闻报道/231
4. 深入采访挖掘/232

## 第九章 连续报道、系列报道

一 连续报道/236

1. 连续报道界说/236
2. 连续报道特点/238

二 系列报道/243

1. 系列报道界说/243
2. 系列报道特点/245

三 连续报道与  
系列报道比较/250

1. 题材选择的差异/250
2. 报道时效的差异/252
3. 报道序列的差异/253
4. 传播功能的差异/254

## 第十章 电视新闻专题节目

一 电视新闻专题  
节目界说/257

1. 电视新闻专题节目涵义/257
2. 电视新闻专题节目特征/258

二 电视新闻专题  
节目的类型/259

1. 典型报道/260
2. 事件的现场报道/265
3. 重大事件的综述回顾/267

### 三 思辨性报道/269

- 1. 思辨性报道的意义/269
- 2. 思辨性报道的类别/270
- 3. 思辨性报道的特点/273
- 4. 思辨性报道的哲学思考/277

### 四 电视新闻专题 节目报道规律 与走向/278

- 1. 题材结构故事化/279
- 2. 叙事方法情感化/280
- 3. 人物展示个性化/281

## 第十一章 电视新闻调查节目

### 一 电视新闻调查 节目界说/285

- 1. 电视新闻调查节目的涵义/285
- 2. 从调查类节目到调查性报道/287

### 二 调查性报道 界说/291

- 1. 调查性报道的定义/291
- 2. 调查性报道的功能/293

### 三 调查性报道的 选题原则/297

- 1. 重大性/297
- 2. 公共性/300
- 3. 独家性/302
- 4. 故事性/304

### 四 调查性报道的 叙事方法/305

- 1. 明晰的叙事主线/305
- 2. 合理的结构布局/308
- 3. 吸引人的悬念设置/309
- 4. 核心的调查取证/310

## 第十二章 电视新闻访谈节目

### 一 电视新闻访谈 节目分类/316

- 1. 人物专访/317
- 2. 谈话节目/318



- 二 新闻人物  
    专访/319
  - 1. 发挥人际传播的优势,  
    在探询中交流/320
  - 2. 促动平等真诚的对话,  
    在交流中求证/323
  - 3. 以深层质疑为手段,  
    在求证中解读/326
- 三 其他人物  
    专访/330
  - 1. 知名人物专访/330
  - 2. 故事人物专访/333
- 四 电视谈话节目/336
  - 1. 电视谈话节目与人物专访比较/336
  - 2. 电视谈话节目的运作要求/338

### 第十三章 电视新闻评论节目

- 一 电视新闻评论  
    节目界说/344
  - 1. 电视新闻评论节目的特点/345
  - 2. 电视新闻评论节目的作用/346
- 二 述评结合的  
    电视新闻评论  
    性节目/350
  - 1. 电视新闻述评的演变/350
  - 2. 评论性节目的选题要求/350
  - 3. 评论性节目的传播策略/351
- 三 以“说”为个性  
    特色的电视新闻  
    评论节目/357
  - 1. “说”——《央视论坛》的  
    评论个性/358
  - 2. 电视新闻评论的发展要求/364

### 第十四章 重大事件特别报道

- 一 重大事件特别  
    报道界说/372
  - 1. 重大事件特别报道的涵义/372
  - 2. 重大事件特别报道的发展/374
  - 3. 重大事件特别报道的题材类型/376
- 二 重大事件特别  
    报道的意义/379
  - 1. 满足公众知情权/379
  - 2. 提高政府透明度/381
  - 3. 树立媒体公信力/383

- |                   |  |
|-------------------|--|
| 三 重大事件特别报道的特点/386 | [ 1. 聚焦重大题材/386<br>2. 整合信息资源/386<br>3. 扩大传播效果/388              |
| 四 重大事件特别报道的实施/389 | [ 1. 架构立体化报道/389<br>2. 实现立体化报道/392                             |
| 五 重大事件特别报道的要求/403 | [ 1. 缜密的策划/403<br>2. 充分的准备/404<br>3. 快速的反应/405<br>4. 人才的保证/406 |

## 第十五章 电视新闻现场直播

- |               |   |
|---------------|---|
| 一 现场直播界说/409  | [ 1. 现场直播的涵义/409<br>2. CNN 的启示/410<br>3. 现场直播在我国的发展/412                                       |
| 二 现场直播的优势/414 | [ 1. 共时同步/414<br>2. 现场纪实/415<br>3. 过程体验/415<br>4. 创作的一次性/416                                  |
| 三 现场直播的意义/416 | [ 1. 体现现代电视新闻发展的方向/416<br>2. 满足观众收视需求的最佳选择/417<br>3. 电视与其他媒体竞争的重要手段/418<br>4. 加快电视新闻的改革步伐/419 |
| 四 现场直播的策划/420 | [ 1. 策划的必要性/420<br>2. 策划的运作/424   |



五 现场直播的  
实施/428

- 1. 将直播观念贯穿于现场  
全过程/428
- 2. 以演播室为中心协调  
整个直播过程/429
- 3. 以直播报道为核心构筑全方位  
立体报道/431
- 4. 主持人、记者为主体的多工种  
密切配合/433
- 5. 观众全方位参与的  
互动交流/434

六 现场直播的  
要求/435

- 1. 题材的重大/435
- 2. 周密的准备,详尽的计划/436
- 3. 提高直播人员的业务素质/438

## 第十六章 打造现代理念的新闻频道

一 电视新闻频道的  
发展历程/441

- 1. 国外电视新闻频道的发展/441
- 2. 国内电视新闻频道的发展/442

二 电视新闻频道的  
意义/445

- 1. 信息社会发展的需要/445
- 2. 媒体竞争的需要/446
- 3. 新闻立台的需要/448

三 电视新闻频道的  
运作策略/450

- 1. 理念基础/450
- 2. 运作策略/453

后 记/464





# 第一章

## 现代电视新闻 传播理念

20世纪后半叶以来,电视以令人瞩目的发展速度,成为大众传播媒介中的宠儿。在电视改革发展中,电视新闻的重要位置也日益凸显。尽管20世纪80年代全国第十一次广播电视工作会议的文件中明确提出了“新闻节目是广播电视新闻节目的主体、骨干,广播电视要以新闻节目的改革带动整个广播电视节目的改革”。但在实际工作中,真正确立电视新闻主体、骨干的位置是在1993年由《东方时空》开播而引发中国电视新闻改革推新的热潮之后。90年代中后期,湖南卫视异军突起,劲吹“娱乐风”,电视新闻主体地位一度有所动摇,甚至出现了“娱乐立台”之说。但电视归其本质是新闻媒介,电视新闻的主体地位是不容置疑的。电视新闻工作者从改变电视语态着手,不断地在内容和形式上创新:从百姓生活中选题,用事实说话,真诚面对观众,关注人的命运,渗透人文关怀,重视情感表达,重视话语平衡,培育理性思考……一系列改革举措使电视新闻真正走进百姓心中,与百姓真诚地沟通交流,新的理念也在改革中萌动酝酿。