



求是书系 · 广播电视学

Introduction to TV News Program



INTRODUCTION To TV NEWS PROGRAM

电视新闻学

(第二版)

朱 菁 著

ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大學出版社



求是书系 · 广播电视学

Introduction to TV News Program



INTRODUCTION TO
TV NEWS
PROGRAM

江苏工业学院图书馆
藏书章



电视新闻学

(第二版)

朱菁著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电视新闻学 / 朱菁著. —2 版. —杭州: 浙江大学出版社, 2007(2007 重印)
ISBN 978-7-308-02643-7

I. 电… II. 朱… III. 电视新闻—新闻学 IV. G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 022147 号

责任编辑 李苗苗 李海燕

封面设计 俞亚彤

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(E-mail: zupress@mail. hz. zj. cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 杭州印校印务有限公司

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 17.75

字 数 300 千字

印 数 21001—25000

版 印 次 2007 年 3 月第 2 版 2007 年 3 月第 9 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-02643-7

定 价 26.00 元



目 录

第一篇 本体篇

- 003 第一章 电视新闻概述
- 003 第一节 电视新闻的界定
- 006 第二节 电视新闻的传播特性
- 013 第三节 电视新闻的社会功能
- 026 第二章 电视新闻事业的发展
- 026 第一节 电视的产生与发展
- 038 第二节 电视新闻事业发展概况
- 043 第三节 电视新闻发展新气象
- 052 第三章 电视新闻的表现元素
- 052 第一节 图 像
- 057 第二节 声 音
- 063 第三节 电视新闻的视听构成

第二篇 节目篇

- 069 第四章 电视新闻节目分类
- 071 第一节 消息类电视新闻
- 074 第二节 系列(连续)报道类电视新闻
- 079 第三节 专题类电视新闻
- 084 第四节 评论类电视新闻



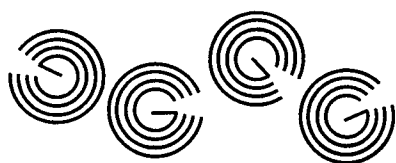
目 录

第五章 电视新闻深度报道	099
第一节 深度报道概述	099
第二节 深度报道与新闻思维	107
第三节 新闻背景	110
第四节 新闻调查性报道	118
第六章 电视新闻现场报道	122
第一节 现场报道概述	122
第二节 现场报道与记者素质	126
第三节 现场直播报道	132
第七章 电视新闻节目类型化发展	139
第一节 电视新闻节目	139
第二节 电视新闻谈话节目	143
第三节 电视新闻杂志节目	147
第三篇 制作篇	
第八章 电视新闻采访(上)	159
第一节 电视新闻采访概述	159
第二节 采访类型	163
第三节 采访线索	168
第四节 采访准备	171
第九章 电视新闻采访(下)	177
第一节 现场观察	177



目 录

184	第二节 现场采访提问
207	第十章 电视新闻拍摄
207	第一节 摄像机及其操作
210	第二节 拍摄的基本要求
216	第三节 拍摄方式
220	第四节 采访摄影
223	第十一章 电视新闻写作
223	第一节 解说词写作要求
231	第二节 写作构思
238	第三节 各类新闻体裁解说词的写作特点
246	第四节 标题写作
250	第十二章 电视新闻编辑
250	第一节 节目内容的开发和组织
258	第二节 节目内容的处理
263	第十三章 电视新闻节目编排
263	第一节 新闻节目编排意识
266	第二节 新闻节目编排工作
275	参考书目
277	再版后记



第一篇

本 体 篇



第一章

电视新闻概述



电视新闻以其视听兼备、声画并茂的独特传播优势,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。”^①“电视新闻是借助电视传播的视听符号,对变动的事实及时报道。”^②“电视新闻是凭借电视媒体传播的新闻。”^③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。”^④

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。

① 杨秉林主编:《电视辞典》,湖北辞书出版社1989年版,第7页。

② 黄匡宇:《电视新闻学》,华东师范大学出版社1990年版,第25页。

③ 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。

④ 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。



“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”^①，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。”^②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、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

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。



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,而报道是通过对问题、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”^①,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

^① 《毛泽东选集》第一卷,人民出版社1966年版,第283页。



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做法,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销参赛资格的消息,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,字幕新闻无需录像、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。现在,利用屏幕下方滚动字幕播报新闻在各电视新闻栏目中已司空见惯,字幕新闻成了电视新闻栏目拓展报道空间和渠道的一个有效举措。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

传播符号的综合性,包含了两个要素:一是传播语言符号的综合性;二是传播通道的综合性。

1. 语言符号的综合性

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。

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、流沙窸窣窸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。

2. 传播通道的综合性

符号的综合性还包括在电视传播界面上多种传播通道的综合运用。随着电视制作技术特别是数码技术的发展,一个电视频道拥有了同时传播两个以上新闻信息的能力。比如,在正常新闻播出状态下飞字幕播报重要突发事件;采用双视窗或多视窗技术同时报道在两地或两地以上发生的事件;利用键控特技,在不改变整个画面的情况下,在画面的局部嵌入另一画面元素组成新的画面;利用色键抠像特技,将演播室主持人身后的背景换成新闻事件的现场画面,使观众既能感受到现场的实况氛围,也能透过主持人的表情、语气加深对新闻事件的认识;分割屏幕,主要空间用来进行正常的新闻报道,另有一小部分空间以字幕形式提供一些与正在播出的新闻无关的其他信息。

传播通道的综合性,让观众有了“眼观六路,耳听八方”的收视可能,扩展了观众的视听空间。

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、广播所传递的信息时,只能根据其提供的材料加以想象、还原并感受事件的原始状态。由于受众的阅历、知识水平、想象力的不同,还原的程度不一,因此,“身临其境”之感也就不同。

而电视新闻却不一样,它是新闻事件发生、发展的现场记录。它通过具体、典型的形象将新闻事件的原始风貌、现场景象的氛围,如实地、不加转述地全盘托给观众,使观众对新闻事态具有直接的感知,无需想象,就能耳闻目睹,产生“身临其境”之感。这种再现事实及氛围的传真性所带来的强烈现场感、真实感,是电视新闻的一大优势。可以说,电视新闻最吸引人之处也正在于此。电视新闻的传真性使之对客观事实的报道真切实在,能把新闻事态的发生发展,新闻人物的喜怒哀乐,原原本本、原汁原味地传递给观众,并把现实的再现与思想意识的表达紧密交织起来,寓观点和立场于直观真实之中,让观众自己去品味、去感受,并从中得到启示。

相对于其他新闻媒体,电视新闻节目因其具备画面的表现力而独具魅力,这种魅力在中央电视台的获奖作品《南京冠生园:年年出炉新月饼周而复始陈馅料》一片中得到了充分的验证。这则新闻制作时间长达一年,片子以纪实的手法细数了这一年中在南京冠生园食品厂所发生的一切,即陈馅月饼生产的一个完整流程。新闻中,工人切割回收来的月饼使其皮馅分家,在回炉的时候工人把掉在地上的月饼馅扔回锅里、馅料上长出的斑斑霉迹等具有强烈视觉冲击力的画面,一一展示在观众的眼前,给观众留下了深刻、清晰的印象,精妙的画面语言展示出了无可辩驳的事实。这一报道之所以能引起广泛关注,题材重大固然是一个原因,但记者充分调动电视特有的传播手段,发挥再现事实氛围的传真性优势也不能不说是作品成功的重要因素。

再现事实氛围的传真性优势使得电视新闻的可信程度大大提高,画面传达新闻现场的视觉因素,具有“耳闻目睹”的佐证价值,给人带来不容置疑的真实感。电视新闻的画面与新闻事件发生发展共时空,它所记录的物质现实的真实和由此传达出的事情的本质的真实性是同一的,是最真实、最直接、最具体的事实的凭证。文字报道描绘的现场,是经过记者主观选择加工过的;广播中的新闻现场报道,属于耳闻非目睹的信息,需要受众通过听觉感受引起联想;而电视则是以其实录方式,确定无疑地将新闻现场展示给受众,甚至可以把文字难以勾勒、描绘的信息也原原本本地传达给观众,在受众心中具有极高的可信度,满足了受众“百闻不如一见”的求实求证心理,消除了人们



对事物所持的不确定性,起到了证实新闻事实的作用,增强了信息传播的准确性和可信性。

传真性优势要求记者必须深入新闻事件发生的现场去采访、拍摄,尽可能地再现新闻事态的典型情境。所谓典型情境,指的是体现事物本质特点或结果的场面,它也是观众最为关注的新闻场面。如美国“挑战者号”飞船失事的新闻,其典型情境就是飞船升空爆炸的瞬间,如果没有拍摄到这一场面,电视新闻的现场感和可视性就将大为削弱。而且,新闻现场传达出事物特有的氛围和情境,是吸引观众注意力和情绪卷入的关键。体育新闻中运动员夺魁的狂欢气氛,救灾抢险中英雄奋不顾身的情景,无不形成强大的冲击力,诱发观众进入角色,产生情感上的共鸣。

四、深度涉入的参与性

心理学的研究表明,人类最高级的感知形态是“亲历其境”,直接参与到事件的进程中去,这是人对事物感知的普遍心理追求。而实际上,事事都去身临其境、参与其事是不可能的,人们只能借助于传播媒介去感知所能了解的事物。因此,参与性在传播上的含义是指受众对于传播内容的心理介入和传播过程的亲身介入。

1. 传播内容的心理介入

所谓传播内容的心理介入,就是指传播内容能引发受传者的联想和共鸣,进而认同传播者对新闻事实的价值评判,正所谓“心由境生”。

较之报纸、广播,电视具有得天独厚的再现客观现实的能力,它能将事件及其现场氛围客观真实地再现于观众面前,符号和符号表示的事物是同一种存在。观众在接受过程中,往往能见其形,闻其声,产生身临其境的感觉,并情不自禁地卷入屏幕世界之中,随着画面的运动,事态的发生、发展而兴奋、激动,形成观众与屏幕传播内容之间的互动,使得观众与电视的传播内容之间具有一种亲近感和参与感。这就是受众往往在通过报纸、广播获得某一新闻信息后,仍希望去看电视的原因,也正是电视新闻的独特魅力之所在。

其次,电视媒体的人格化传播,也易于观众产生交流的亲切感。新闻播报者、采访记者和各式各样的采访对象直接面对观众讲述,而这些讲述一旦唤起观众的关注和信赖,就易于产生人际传播那种“面对面”交流的错觉。这种错觉正体现出观众的参与心理。传播学认为,最有效的传播途径是“面对面”的传播,面对面的传播可产生全身心的呼应和交流,而这种全身心的呼应