

影视多棱镜丛书

美国品牌电视新闻节目研究

以三大电视网和CNN为例

连少英 著

中国传媒大学出版社

影
视
多
棱
镜
丛
书



美国品牌电视新闻节目研究

以三大电视网和CNN为例

连少英 著

中国传媒大学出版社

·北京·

图书在版编目(CIP)数据

美国品牌电视新闻节目研究/连少英著.—北京:中国传媒大学出版社,2016.10

(影视多棱镜丛书)

ISBN 978-7-5657-1551-8

I. ①美… II. ①连… III. ①电视新闻-电视节目-研究-美国
IV. ①G229.712

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 294169 号

美国品牌电视新闻节目研究

MEIGUO PINPAI DIANSHIXINWEN JIEMUYANJIU

著 者 连少英

责任编辑 吴 磊

责任印制 阳金洲

封面设计 郭 琳

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京艺堂印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 16

字 数 248千字

版 次 2016年10月第1版 2016年10月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1551-8/G·1551 定 价 56.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换



目 录 Contents

绪论 数字时代下美国电视新闻的转折 / 1

第一章 美国早间新闻节目 / 15

第一节 美国早间新闻节目概述 / 15

第二节 美国早间新闻节目特点分析 / 25

第三节 美中早间新闻节目分析比较 / 29

第二章 美国晚间新闻节目 / 63

第一节 美国晚间新闻节目概述 / 63

第二节 美国晚间新闻节目特点分析 / 74

第三节 美中晚间新闻节目分析比较 / 80

第三章 美国新闻杂志节目 / 98

第一节 美国新闻杂志节目概述 / 98

第二节 《60 分钟》节目特点分析 / 109

第三节 《新闻调查》节目特点分析 / 121

第四节 《60 分钟》与《新闻调查》的分析比较 / 131

第四章 美国新闻访谈节目 / 136

第一节 美国新闻访谈节目概述 / 136

第二节 《会见新闻界》节目特点分析 / 141

第三节 美中新闻类谈话节目分析比较 / 155



第五章 美国通宵新闻节目 / 181

第一节 美国通宵新闻节目概述 / 181

第二节 ABC《世界新闻直播》成功要素分析 / 186

第三节 我国通宵新闻节目的借鉴意义 / 197

第六章 美国有线电视新闻网 CNN / 211

第一节 概述 / 211

第二节 CNN 运作模式分析 / 218

第三节 CNN 新媒体战略 / 224

第四节 《安德森·库珀 360 度》节目特点分析 / 234

后 记 / 248



绪论 数字时代下美国电视新闻的转折

——对当下美国主要电视新闻的发展综述

美国电视新闻业从 20 世纪 50 年代诞生以来,大致经历了这样几个发展阶段:50—70 年代,三大网新闻初现和发展时期;70—80 年代,电视新闻发展的黄金时期;80—90 年代,CNN(美国有限电视新闻网)、FOX(福克斯电视网)的出现,对传统三大电视网新闻形成了一定冲击;90 年代至今,随着数字电视、互动电视以及网络电视的发展,美国电视业均面临着前所未有的冲击。新媒介给传统电视新闻带来的影响,一个比较典型的案例就是 2007 年 4 月 16 日,弗吉尼亚理工大学枪击案的报道。当时三大电视网得知这一消息之后,即刻出动。哥伦比亚广播公司(Columbia Broadcasting System)的库瑞克和全国广播公司(National Broadcasting Corporation)的威廉姆斯迅速赶往现场报道,美国广播公司(American Broadcasting Company)的吉普森则坐镇纽约演播室进行访谈。然而,事后调查显示,在这一事件中,新闻网站成为人们获取信息的第一选择。4 月 16 日,仅电视新闻网站点击率就上升了 87%。其中,微软全国广播公司网络频道(MSNBC)有 1 530 万次点击,ABC 新闻网站当天点击人数也是“9.11”以来最高的。^①同时,传受关系也发生了巨大变化,人们纷纷参与到新闻的传播中来,弗吉尼亚理工大学的学生自发地把自己用家用 DV、摄像手机等设备拍到的一手图片和视频发到网上。

笔者根据近年来对美国电视新闻的考察与研究,结合当今媒介发展的背景,对美国电视新闻当下总体的发展情况有如下几点思考:

^① 陆生:《走进美国电视》,复旦大学出版社 2007 年版,第 145 页。



一、美国电视新闻当下仍在努力打造品牌节目,维护劲旅形象,瓜分传统受众市场

为分析方便,笔者对 CBS、ABC、NBC 三大电视网的主要新闻节目作如下归纳,见表 1:

表 1 三大电视网目前主要的新闻节目类型

NBC	ABC	CBS	节目类型
<i>Dateline NBC</i>	<i>20/20; Prime Time Live</i>	<i>60 Minutes; 48 Hours; CBS News Sunday Morning</i>	新闻杂志
<i>Early Today</i>	<i>America This Morning</i>	<i>CBS Morning News</i>	凌晨新闻
<i>Today</i>	<i>Good Morning America</i>	<i>The Early Show</i>	早间新闻秀
<i>Weekend Today</i>	<i>Good Morning America Weekend Edition</i>	<i>The Saturday Early Show</i>	早间新闻秀周末版
<i>NBC Nightly News with Brian Williams</i>	<i>World News with Charles Gibson</i>	<i>CBS Evening News with Katie Couric</i>	晚间新闻
<i>NBC Nightly News with Lester Holt</i>	<i>ABC World News (Saturday & Sunday)</i>	<i>CBS Evening News with Jeff Glor (Saturday Edition)</i> <i>CBS Evening News with Russ Mitchell (Sunday Edition)</i>	晚间新闻周末版
<i>Meet the Press with David Gregory</i>	<i>This week with George Stephanopoulos</i>	<i>Face the Nation with Bob Schieffer</i>	周日新闻访谈
<i>All Night</i>	<i>World News Now</i>	<i>Up to the Minute</i>	通宵新闻
<i>NBC News Update</i>		<i>CBS news Break;</i> <i>CBS News Moneywatch</i>	其他日间滚动新闻播报

来源:根据三大电视网节目表整理。

总体来看,三大电视网的新闻节目有这么几个特征:

1. 新闻节目品种齐全,同一时段的节目高度雷同

三大网从早新闻、晚新闻、新闻杂志到通宵长时段大跨度的新闻、周日新闻访谈、新闻周末版等,节目品种较以往更加齐全。既有消息汇总,又有深度分析,既有周一到周五常规时段新闻节目,又有通宵达旦的大跨度新闻播报以及周日深度访谈。这样的节目编排,可以满足人们不同时段对信息的不同需求。



在形态上,作为长期的竞争对手,三家电视网在同时段内的节目设置高度雷同。早上醒来,人们打开电视时会发现,三大网同时在播早间秀,内容也都基本包括软、硬新闻,便民服务,明星现场表演秀等。而在周末的晚上,人们又会发现三大网几乎同时在对一周的重大新闻进行深度解读和盘点。

2. 努力维持品牌节目形象,固守核心观众,谨慎吸纳外围观众

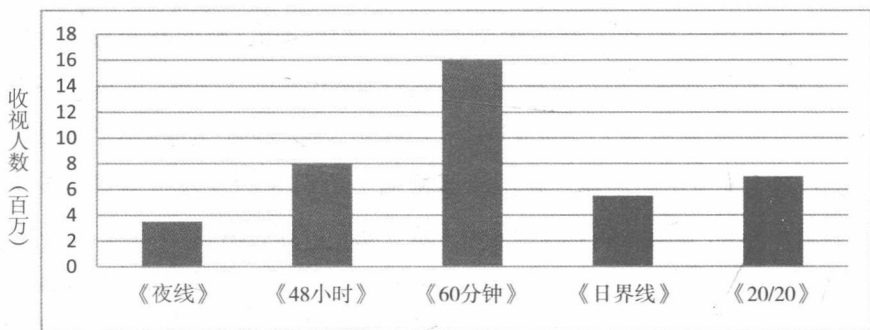
现今,越来越多的年轻观众喜欢选择各种新媒介来获取信息。在这种情况下,三大网着力维护自己的品牌形象,以固守核心观众。方法之一是老牌节目名称和节目形态几十年如一日不曾改变。例如,以三大电视网主持人名字命名的《晚间新闻》节目,几十年来除主持人名字有更改之外,包括节目名称、节目形态在内的其他形式与特点均未曾发生改变。再比如,如今三大电视网收视率最高的NBC《晚间新闻》节目,从创办到今天,主持人有三次更迭,分别是:约翰·钱塞勒/大卫·布瑞克雷(John Chancellor/David Brinkley)时期(1970年—1982年),汤姆·布罗考(Tom Brokaw)时期(1982年—2004年),布莱恩·威廉姆斯(Brian Williams)时期(2004年至今)。^① 同样,ABC《晚间新闻》的主持人也发生了四次更迭,分别是:没有固定主持人时期(1978年—1983年),《与彼得·詹宁斯的今晚世界新闻》(*World News Tonight with Peter Jennings*)时期(1983年—2005年),《与伊丽莎白·瓦格斯和鲍伯·伍道夫的今晚世界新闻》(*World News Tonight with Elizabeth Vargas and Bob Woodruff*)时期(2006年1月—5月),《与查尔斯·吉普森的今晚世界新闻》(*World News with Charles Gibson*)时期(2006年5月29日至今)。^② 作为三大网晚间新闻的先驱,CBS《晚新闻》节目主持人变化得更多一些,共六次:道格拉斯·爱德华兹(Douglas Edwards)时期(1948年—1962年),沃尔特克·克朗凯特(Walter Cronkite)时期(1962年—1981年),丹·拉瑟(Dan Rather)时期(1981年—2005年),丹·拉瑟与宗毓华(Dan Rather & Connie Chung)时期(1993年—1995年),鲍伯·希佛(Bob Schieffer)时期(2005年—2006年),凯蒂·库瑞克(Katie Couric)时期(2006年至今)^③。这三大电视网的晚间新闻节目名称基本不变,形态不变。在新媒体快速发展的今天,晚间新闻的收视率普遍都不如从前,但是《晚间新闻》一直作为

① http://en.wikipedia.org/wiki/NBC_Nightly_News.

② http://en.wikipedia.org/wiki/World_News_with_Charles_Gibson.

③ http://en.wikipedia.org/wiki/CBS_Evening_News.

电视网的标杆节目牢牢地占据着黄金时间,多年来培养和建立起来的核心观众群自然不能也不会轻易地失去。当然,近年来,很多老牌电视节目也面临进一步发展的尴尬。为此他们也不断采取改革举措,如聘任年轻一点的主持人与出镜记者以挽留年轻观众。CBS的现任制片人杰夫瑞·法杰(Jeffrey Fager)近年来陆续吸纳了相对年轻的出镜记者与编导。如CNN的著名主播,39岁的安德森·库珀(Anderson Coper)和CBS《晚间新闻》的主播,50岁的凯蒂·库瑞克(Katie Couric)每年为《60分钟》担任5—10个故事的出镜记者。截至2009年,CBS新闻部编导的平均年龄为40多岁,出镜记者的平均年龄为50多岁。与几年前相比,队伍的整体年龄年轻了将近10岁。^①这样做也是为了在留住忠实观众的同时,尽量吸引年轻观众。目前,CBS的王牌节目《60分钟》在每周日晚上仍然吸引着1400多万名观众,在所有的新闻杂志类节目中,收视率是最高的(如图1),然而,它面临的问题在于,它的观众的平均年龄已达到60岁。《60分钟》担心的是,随着观众的老年化,将来还有谁会选择《60分钟》呢?



来源:尼尔森媒体调查。

图1 黄金时段新闻杂志栏目平均收视人数(2004年11月—2006年11月)

同时,为了吸引外围观众,三大网也谨慎地推出了一些举措,如ABC在彼得·詹宁斯(Peter Jennings)去世之后,经过了短暂的调整,启用了年轻英俊的查尔斯·吉普森(Charles Gibson)(2006年做晚新闻主播时63岁,相对于他的前辈,算是“少年”得志),CBS则在2006年丹·拉瑟(Dan Rather)退休后,从NBC早新闻挖走了其当家主持人,49岁的凯蒂·库瑞克(Katie Couric)。相对于老成持重的拉瑟(Rather),CBS启用库瑞克(Couric)显然是冒了巨大的风险

^① 贝尔·欧文: CBS《60分钟》执行主编。

和压力,要知道,49岁成为三大网晚新闻主播,这在美国是非常罕见的。库瑞克曾经在《60分钟》中担任出境记者,在芭芭拉·沃尔特斯开创的访谈节目《观点》(The View)中担任联合主持。一年来,失去库瑞克的NBC早新闻《今天》,虽然日平均收视人数下降了36万,但仍然领先于ABC的《早安!美国》以及CBS的《清晨秀》。而来到CBS的库瑞克,却在收视率的漩涡中苦苦挣扎。CBS当时的用意是想利用其年轻的优势和轻松的早新闻主持风格来吸引年轻观众,然而,这一切努力并没有带来多大成效,接下来,CBS几乎招致了滑铁卢,与ABC和NBC相比,《晚间新闻》的收视人数少了200万左右,比她的前任,在丹·拉瑟退位之后暂任主播17个月的希弗(Bob Schieffer)下降了4%。^①

3. 努力打造新生节目品牌,以抗衡对手,抢占市场

20世纪40年代末50年代初,NBC和CBS作为早期仅有的两个竞争对手,各自创办了很多新闻节目,这些节目大部分延续了下来,并随着时间的沉淀分别成了电视网新闻中的品牌节目。ABC在从NBC脱离出来之后,作为后起之秀,也陆续仿效两大劲敌开办了很多同类节目。例如周日访谈节目,NBC在1947年率先创办了《会见新闻界》(Meet the Press),CBS接着在1954年创办了同类节目《面对国民》(Face the Nation),ABC则随后在1981年创办了《本周》(This Week),甚至FOX也在1996年4月28日创办了同类节目《FOX周日新闻》(Fox News Sunday),这四家电视网把原有的受众市场也进行了重新洗牌(见表2)。

表2 2008年第四季度和4月26日这天同类节目的收视观众情况

	第四季度	4月26日
ABC THIS WEEK	3 350 000	2 890 000
CBS FACE THE NATION	3 150 000	2 940 000
NBC MEET THE PRESS	4 630 000	3 440 000
FOX FOX NEWS SUNDAY	1 500 000	1 310 000

来源:NTI。

截至2006年4月,NBC的《会见新闻界》连续五年在三大网同类节目中收视率保持第一,打败了CBS《面对国民》和ABC的《本周》,即使在周日早间的所有

^① 陆生:《走进美国电视》,复旦大学出版社2007年版,第148页。



新闻节目里,也仅次于 CBS《周日早间新闻》(*CBS News Sunday Morning*)。^①

靠电视新闻起家的 CBS 尤其注意小心谨慎地挖掘新闻节目新形态,培养新的品牌节目。1988 年,创办了《48 小时》(*48hours*),节目时长 60 分钟,最初作为纪录片记录 48 小时内发生的围绕某一主题的各类新闻事件,被誉为早期真人秀类新闻节目。一年以后,ABC 则创办了同类节目《黄金时间现场》(*Prime Time Live*)。NBC 新闻杂志类节目此前一直空缺,但当看到两大竞争对手纷纷在原有新闻杂志类节目的基础上又添了新丁,在 1992 年也开办了同类节目《日界线》(*Dateline NBC*)。

此外,为了更有利地抢占受众市场,向来被电视网新闻摒弃的午夜以后的时段也被利用了起来。CBS 率先在 1992 年创办《最新新闻》(*Up to the Minute*),代替了创办于 1982 年的《CBS 新闻夜观察》(*CBS News Nightwatch*)。该新闻节目包含了软、硬新闻,特写、专访、天气预报、体育、财经以及评论等各类新闻题材和内容。内容来源于 CBS 新闻部,包括 CBS 晚新闻、附属台、广播网等。同时,该节目会重播来自于《CBS 周日早新闻》《48 小时》《60 分钟》《面对国民》等节目的部分内容。ABC 接着开办了同类节目《世界新闻直播》(*World News Now*),该节目历时 1 小时 30 分钟,1992 年 1 月首播。节目风格轻松幽默,语气玩世不恭,包括三个部分,每部分半小时,其中包括 31 分钟的《夜线》(*Nightline*,周一到周五)。每天东部时间 2:00 a.m.—3:30 a.m.播出,电视网会重播到当地时间 4:30 a.m.,直到《今晨的美国》(*America This Morning*)开始播出。^②

二、从地方新闻到三大网,美国电视新闻娱乐化现象比较突出

近年来,从三大电视网到地方电视台,乃至大学里面的报纸、广播电台和电视台(这些校园媒体有的是纯商业化运营的,如密苏里新闻学院的校园媒体),新闻报道从选题到报道视角,甚至报道语言,均已发生很大变化。时效性强、题材严肃的硬新闻是电视新闻的灵魂。而如今,趣味性强的软新闻似乎已成为美国媒体争相追逐的对象。即使硬新闻,对其进行娱乐化处理也成为媒体报道的常态。从早新闻到午夜新闻,从消息类新闻到杂志型新闻,新闻娱乐化现象无处不在。以早新闻为例,三大网的早新闻内容相似,都由硬新闻、软新闻、明星

① http://en.wikipedia.org/wiki/Meet_The_Press.

② http://en.wikipedia.org/wiki/World_News_Now.

现场秀、厨艺、天气预报等组成。各电视网的早新闻节目持续时间从两小时到三小时不等。但均只在节目开始时播报几条硬新闻,其他大量时间都是带领观众现场娱乐。事实证明,这种方式在提高收视率上非常有效。2008年电视季,《早间秀》呈现了与上一年同期相比两位数的上升幅度。《今天》(Today)平均有600万名观众,比上一年同期上升6%,25—54岁之间的成年人中拥有220万名观众;ABC的《早安!美国》拥有平均490万名观众,比上一年同期上升1%,拥有170万名25—52岁成年观众;《早间秀》则有350万名观众,比上一年同期上升20%,拥有130万名成年观众,比上一年同期上升30%(如图2)。

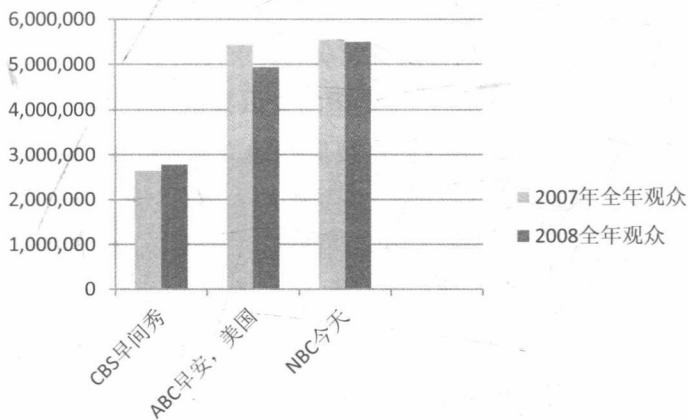


图2 三大网早间新闻2007—2008年平均收视人数

三、美国传统电视新闻正努力与数字技术联姻,以适应新的媒介环境——MSNBC.COM的产品分析

传统电视与数字技术的联姻是未来电视新闻发展的必然趋势。在当下的美国,数字互动电视和网络电视的发展非常迅速,其中,网络电视的发展已非常成熟。

作为新的媒介形式,数字电视、互动电视、网络电视等这几个概念常常被不辨真伪,甚至学术界也常常把它们混淆。我们不妨先把这几个概念廓清。

数字电视,又称为数位电视或数码电视,是播出、传输、接收等环节中全面采用数字电视信号的电视系统。数字电视系统可以传送多种业务,如高清晰度电视(缩写为“HDTV”或“高清”)、标准清晰度电视(缩写为“SDTV”或“标清”)、互动电视、及数据业务等。数字电视传送拥有电影质量的画面和声音,观



众有更多的频道可以选择,用户使用高清电视机接收信号。^①对于传统的电视用户来说,如果是通过天线接收节目的用户而不是有线电视或卫星电视的订户,则需要装置一个数字机顶盒,否则就不能接收到数字信号。几经周折,2009年6月12日,美国终于正式终止了模拟信号的输出,整个国家实现了从模拟电视到数字电视的转变。

互动电视(IPTV)建立在数字电视播放平台上,是电讯提供商和有线电视合作的产物。^②这种传输方式允许使用者通过手中的遥控器与电视的机顶盒,以遥控器选择播放系统发送的频道来选择电视节目;或者以电话和有线网络作为资讯的回路,向播放平台传送个人意愿,此方式也可以达到选择节目频道的目的;还可以通过电话、短信的方式将观众的诉求传送到节目的播放平台。^③通过这两种方式,观众可以得到自己所希望的资讯甚至以个人意愿来影响或改变正在播出的节目内容。互动是未来电视发展的方向之一,其形式多种多样,目前,VOD(Video on Demand)的订制比较受欢迎。VOD允许受众通过一个特定装置下载节目到电脑,数字或个人视频录像机或者像 iPod 等便携式媒体播放器上,实现节目的异地随时观看。^④2006年11月20日,ABC率先通过VOD的形式推出热门节目《绝望主妇》(*Desperate Housewives*)和《丢失》(*Lost*),2008年2月25日,ABC宣布两个节目可以免费订制,但用户在看节目的同时不能快进过滤广告。^⑤

网络电视(ITV,这里需要厘清两个英文缩略词 iTV 与 ITV 的区别,iTV,在美国和欧洲目前更多的是指互动电视,即 interactive TV,而 ITV 更多的是指网络电视,即 Internet TV),是串流媒体的应用之一,是将普通的电视节目或自办电视节目以 WMV、ASF 等串流媒体的格式在互联网上播放。在数字技术的今天,由于网络成为年轻人主要的信息源,各大电视网均把相当大的注意力投给了网络电视。布莱恩·威廉姆斯(NBC 晚间新闻的主持人)与他的竞争者们也更多地出现在荧屏上、NBC 的网站上、MSNBC.COM 上,包括自己的博客上。各大电

① http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_tv.

② Eremy Allaire, "The real meaning of IPTV", Businessweek, http://www.businessweek.com/technology/content/may2005/tc20050520_4620.htm.

③ Patti Constantakis-Valdez, INTERACTIVE TELEVISION, <http://www.museum.tv/archives/etv/I/html/interactivet/interactivet.htm>.

④ http://en.wikipedia.org/wiki/Video_on_demand.

⑤ http://en.wikipedia.org/wiki/American_Broadcasting_Company.

视网的策略是使用网络,让观众熟悉的主播更多地出现在这一平台,从而提升节目品牌形象。但是,也有批评者指出,目前,电视网在很大程度上是迫于新媒体竞争的无奈而被动地利用网络,而不是主动使用数字技术来拥抱网络。^①

事实上,在美国,网络和电视的联姻从 20 世纪 90 年代就开始了。90 年代,ABC 成为 AOL 独家电视新闻提供商。1999 年,CBS 抢去了这一位置。1996 年,NBC 与微软联合成立了 MSNBC.COM,该网站形式漂亮,功能性很强,根据网络受众整体年轻化的特点,设计了融娱乐、智力、信息等于一体的各类最新的新闻产品供网友选择,是美国目前最卖座的新闻网站(如图 3)。值得注意的是,依托微软的核心先进技术,该网站在 2007 年发起了一场“新闻全频谱品牌运动”(“A Fuller Spectrum of News”)。这项运动开辟了新技术的实验和应用,包括涵盖多种媒体的 RSS 新闻,和第一视角互动影院游戏等。



来源: <http://www.msnbc.msn.com/>.

图 3 MSNBC.COM 的主要新闻产品

News alerts,即“新闻报”业务,主要通过手机短信、e-mail、即时通信软件(Windows Live © Messenger)、推特(Twitter)等方式向用户传递新闻。用户可以在网站选择订制方式和内容。其中,Twitter 尤为先进。Twitter 指利用无线网络、有线网络、通信技术进行即时通讯,是微博客的典型应用。通俗地说,是让用户播报短消息给他的朋友或“followers(跟随者)”的一个在线服务,它也同样可允许用户指定想跟随的 Twitter 用户,这样可以在一个页面上就能读取他们发布的信息。^② 它允许用户将自己的最新动态和想法以短信息的形式发送给手机和个性化网站群,而不仅仅是发送给个人。2006 年,博克技术先驱 blogger.com 创始人埃文·威廉姆斯(Evan Williams)创建的新兴公司 Obvious 推出了

① Internet streaming: five U.S. television networks compared, <http://www.last100.com/2007/09/10/internet-streaming-five-us-television-networks-compared/>.

② <http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>.



Twitter 服务。在最初阶段,这项服务只是用于向好友的手机发送文本信息。2006 年年底,Obvious 对服务进行了升级,用户无须输入自己的手机号码,而可以通过即时信息服务和个性化 Twitter 网站接收和发送信息(如图 4)。



来源: <http://www.msnbc.msn.com/>

图 4 订制用 Twitter 看 MSNBC.COM 新闻的界面显示

RSS & feeds 是站点用来和其他站点之间共享内容的一种简易方式(也叫聚合内容),通常用于新闻网站。一段项目的介绍可能包含新闻的全部介绍,或者仅仅是内容提要。网络用户可以在客户端借助于支持 RSS 的新闻聚合工具软件,在不打开网站内容页面的情况下阅读支持 RSS 的网站内容。网站提供 RSS 输出,有利于让用户发现网站内容的更新(如图 5)。

用户可以选择自己喜欢的内容,点击后面的图标,将链接添加到那些在线 RSS 阅读器内,可以随时查看最新内容。

Mobile headlines 指用手机订制新闻,其中 MSNBC.COM in AvantGo 的订制方式比较人性化,AvantGo 提供 PDA 网页浏览器,不仅可以登录网页浏览,而且提供离线浏览网页的概念,用户只需要到 AvantGo 网站上订阅自己需要的频道,这样在每次执行“同步”时,软件就自动登录到服务器把频道内容下载到用户的 PDA 上,供离线查阅。

Top headlines

TOP MSNbc HEADLINES					
Top videos					
U.S. news					
World news					
Politics					
Business					
Sports					
Entertainment					
Health					
Tech & science					
Travel					
Weather					
Video					
Photos					
Nightly News					
Today Show					
Meet the Press					
Dateline NBC					
msnbc tv					

来源: <http://www.msnbc.msn.com/>.

图5 订阅 RSS & feeds 时的界面显示

Podcasts 则真正实现了把新闻装进口袋里的梦想,用户可以将自己喜欢的电视节目,包括音频、视频资料,下载到电脑上或者是 MP3、MP4、iPod 等移动多媒体播放器上。还可以根据不同的设备选择相应的文件格式,比如订阅 Meet the Press 视频,如图 6。

Video

Podcasts

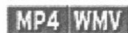


Meet the Press (video) — Featuring headline-making interviews with world leaders and U.S. newsmakers. Watch the complete show, updated each Sunday morning.

Subscribe



Get current episode



来源: <http://www.msnbc.msn.com/>.

图6 订阅 podcasts

图 7 Spectra 页面

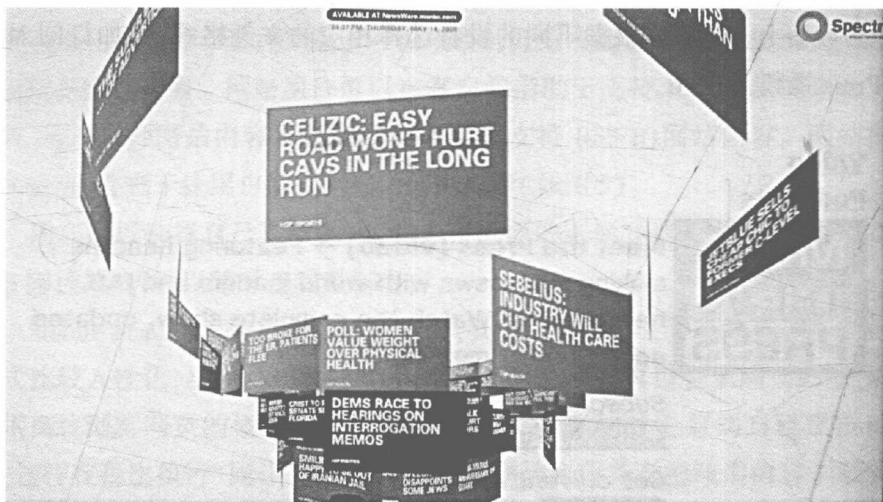


图 8 Spectra 页面