

当代广播电视丛书 / 总主编 石长顺

Television

电视新闻采写

何志武 石永军 编著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

当代广播电视丛书 / 总主编 石长顺

Television

电视新闻采写

何志武 石永军 编著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视新闻采写/何志武,石永军编著. —武汉:武汉大学出版社,
2008.2

当代广播电视丛书/石长顺总主编

ISBN 978-7-307-06115-6

I. 电… II. ①何… ②石… 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(2008)第 010920 号

责任编辑:詹蜜 卢伟

责任校对:程小宜

版式设计:詹锦玲

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:wdp4@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:湖北地矿印业有限公司

开本:720×1000 1/16 印张:19 字数:346千字 插页:1

版次:2008年2月第1版 2008年2月第1次印刷

ISBN 978-7-307-06115-6/G·1078 定价:26.00元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售
部门联系调换。

内 容 提 要

《电视新闻采写》一书紧紧抓住电视的媒介特性，在遵循新闻采写的共性规律基础上，尤其强调电视新闻采写的个性要求。本书把电视新闻采写视为一个完整的过程，将电视新闻采写过程——从新闻线索的寻找与判断、采访的前期策划到具体采访方式的选取、电视新闻的写作——分阶段进行论述；同时，本书兼顾电视新闻体裁和采写方式的类型特征，将电视新闻采写的相关内容——现场观察、访问、隐性采访及消息类新闻、专题类新闻、评论类新闻等——分门别类地予以阐释。本书作者认为，新闻采写的竞争说到底现场发现新闻的意识和能力的竞争，因而将新闻发现作为一条红线贯穿全书。本书还采用了案例导入的写作方法，使其更生动、更耐读，这也是本书的一个特点。

总 序

石长顺

2000年,在我出版的专著《电视传播学》中,曾就电视传播的地位和影响提出过一个观点:“电视已成为当今世界上的第一传播媒介。”并从电视观众的数量、受众拥有主要传媒的占有量、受众接触大众传媒的频次、受众使用传媒的时间长度和受众获取知识信息的主要渠道等五个方面对这一观点进行了论证,通过历史和现实的观照以及全国电视观众抽样调查的数据显示,都得以印证电视“第一传媒”的观点。

7年后,电视传媒虽经历了数字技术的发展和以互联网为代表的新媒体的冲击与挑战,但电视“第一传媒”的地位仍然不可动摇。2007年5月17日至18日,由国家广电总局主办、中央电视台承办的2007年全国电视台台长论坛在北京举行。本次论坛的一大亮点和重要成果,就在于“电视是第一传媒”观点的提出与论述。中共中央政治局委员、书记处书记、中宣部部长刘云山在为该论坛发出的贺信中也提出:“电视覆盖广泛、老少咸宜,与人们的学习、工作、生活紧密相连,与国家的经济、政治、文化紧密相连,是当今社会的‘第一传媒’,在整个宣传思想工作中具有举足轻重的地位和作用。”^①

电视是现代社会的文化摇篮,在20世纪取代电影、广播和报刊,成为我们日常生活的“最佳伴侣”和最有渗透力的媒介。进入21世纪,当新媒体兴起之时,有人发出了“电视消亡论”的预言。然而,当我们简略回顾一下传媒发展史时发现,当广播出现时,纸质传媒没有随着“预言”消逝;当电视出现时,广播也没有随着“预言”消逝;网络新媒体出现了,电视也将不会在“预言”中消逝。相反,电视传媒积极运用高新技术,抢占新领地和制高点,保持了电视“第一传媒”的地位,广播电视产业性质的收入同样也获得了长足的发展,2005

^① 转引自唐世鼎《强化“第一传媒”的责任与作用——2007年全国电视台台长论坛综述》,《中国广播电视学刊》2007年第7期。

年作为我国“十五”规划最后一年的广播电视产业收入达到764.94亿元,比“九五”规划最后一年(2000年)广电产业收入的382.39亿元翻了一番。

广播电视产业的快速发展带动了广播电视教育事业的跳跃式发展,到2005年,我国高校广播电视新闻学专业已达到146个,比2000年的26个增长了4.6倍。广播电视高等教育的超常规发展对教师队伍和专业教材都提出了新的更高的要求。虽然近10年来,我国已出版了几套广播电视教材,在培养广播电视高级专门人才方面发挥了一定的作用,但由于各高校教师队伍来源不一,致使相当一部分高校未能严格按教育部专业课程目录开课。因此,在已出版的广播电视教材中仍有空白。特别是近年来,教育部在高校教改和教材建设计划中十分重视实践环节的教学,但与此不相适应的是广播电视实验教材的严重匮乏。还有一点需要提出的是,随着高校实行大类招生的改革,普通高校专业教育的课程和课时相对压缩,让位于大类平台课程的教学,这也对传统细分化的专业课程教育提出了挑战。为适应广播电视专业教育的新形势,必须对相关课程进行合并与调整。正是出于以上问题的考虑,我们组织部分高校教师对广播电视专业的教材进行了修订和重新编写,也算是本丛书的一个特色和亮点。这套丛书包括《广播电视概论》、《当代电视摄像教程》、《电视新闻采写》、《电视栏目解析》、《电视文本解读》、《影视美学理论基础》和《电视摄像与编辑实验教程》等。

《广播电视概论》从理论与实务两个层面系统地介绍了广播电视的性质与作用、广播电视事业的发展历程、广播电视的传播符号、广播电视的节目类型与采制流程等,并基于广播电视传播的双主体观点,论述了广播电视的传者与受众各自的地位、作用及相互关系,同时,聚焦广播电视体制改革和媒介文化的发展,从宏观的视角透视我国广播电视业的基本生态及未来前景。

《当代电视摄像教程》从摄像的基本原理和操作实践切入,同时关注数字技术条件下电视摄录设备的改进与提升,试图通过本教程的学习,让学生从工具性认识开始了解电视摄像的基本常识,掌握电视画面构图与蒙太奇的基本原理,熟练运用固定画面与运动画面的拍摄技巧。

《电视新闻采写》紧紧抓住电视的媒介特性,在遵循新闻采写的共性规律基础上,强调电视新闻采写的个性要求。本书把电视新闻采写视为一个完整的过程,将电视新闻采写过程——从新闻线索的寻找与判断、采访的前期策划到具体采访方式的选取、电视新闻的写作——分阶段进行论述;同时,本书兼顾电视新闻体裁和采写方式的类型特征,将电视新闻采写的相关内容——现场观察、访问、隐性采访及消息类新闻、专题类新闻、评论类新闻等分门别类地予以阐释。本书将新闻发现作为一条红线贯穿全书,并采用案例导入的写作方式,使其更生动、更耐读。这也是本书的一个特点。

《电视栏目解析》适应广播电视主干课程“电视专题与专栏”教学的需要,全面、系统、深入地梳理、总结了电视专题与专栏的创作理念,对电视新闻、社教、生活服务、娱乐和谈话类栏目进行了透彻的解析,对电视纪录片创作模式及摄制技巧作了深入的研究,对电视栏目的策划及多样化的发展也有独到的见解。

《电视文本解读》精选我国当代获奖的电视新闻、电视专题、电视纪录片、电视评论和电视谈话节目作品进行解读,同时选编了部分作品的编导手记,以帮助學生更好地理解作品,开阔视野,以尽快提高电视节目创新能力。

《影视美学理论基础》分上下两部分。第一部分着重阐述影视媒介的审美元素与规律,旨在说明两者共同成为理论观照对象的物质基础。第二部分则依循影视理论发展的历史维度,扼要介绍影视(主要是电影)美学理论和文化理论,并结合当下影视理论发展态势,勾勒多维视野下影视理论的未来前景。书中既有影视理论的精当论述,也有影视作品案例的生动分析,因而既可作为影视媒介研究的基础理论书籍,也可作为影视鉴赏的通俗指南。

《电视摄像与编辑实验教程》填补了国内这一领域的空白。电视摄像与编辑是制作过程中最为基础的环节,是必须掌握的基本知识和能力。因此,本丛书将实验教材定位于“电视摄像与编辑实验教程”。全书共分为八章,全面讨论了广播电视实验课程的对象、意义及有关规律,具体解析了实验室建设的相关要求和标准,从技术和艺术的角度阐释了电视摄像与编辑在实验课程中的作用,指导学生在规范操作的基础之上写出专业实验报告。本教程设计了若干实验项目,以达到对实验教学内容的检验与评估的目的。

本套丛书作为广播电视专业本科生的核心课程教材,基本涵盖了本专业的主要知识内容。随着媒介技术的发展,传统电视已延伸出网络电视、IPTV、手机电视、移动电视等新兴媒体。由于时间关系本丛书暂未涉及相关内容,留待未来填补。

武汉大学出版社长期致力于新闻传播学著作、教材的出版,在学界和业界产生了广泛的影响。为了确保本系列丛书的出版,武汉大学出版社给予了各方面的支持与帮助,我谨代表本丛书全体作者向武汉大学出版社表示深深的谢意!

目 录

绪 论	1
一、电视新闻呈现新变化	1
二、电视新闻报道面临新挑战	5
第一章 电视新闻的媒介特性	8
一、电视新闻的涵义界定	9
二、电视新闻的媒介特征	12
三、电视新闻的分类	16
第二章 电视新闻采访的共性与个性	20
一、新闻采访的共性特征	22
二、电视采访的个性特征	27
第三章 新闻线索的寻找与判断	35
一、新闻线索的寻找	38
二、新闻线索的判断与发现新闻	43
三、新闻发现力的培养	49
第四章 电视新闻采访的前期策划	54
一、电视采访策划的涵义	56
二、电视采访前期策划的必要性	57
三、电视采访前期策划的运作机制	58
四、报道主题的确定与角度的选择	61
五、现场介入方式的确定	66
六、采访手段和方式的设计	72
七、策划的原则	74

第五章 现场观察与现场取材	77
一、现场的构成要素及特征	79
二、记录事实发生的过程及采访过程	86
三、记录现场声音	90
四、记录环境	96
五、捕捉细节	97
第六章 电视访问	102
一、访问的特殊价值	104
二、话筒前的提问技巧	106
三、电视访问的语言类型	115
四、电视访问的准备	117
五、采访现场的提问	121
六、访问中的倾听	126
七、访谈类节目的提问	128
第七章 特殊的采访方式	134
一、隐性采访	137
二、电话采访	145
三、网络采访	151
第八章 电视新闻写作概论	156
一、电视新闻写作的思维	157
二、电视新闻写作的功能	164
三、电视新闻写作的要求	167
第九章 电视消息类新闻写作	180
一、消息写作准备	181
二、消息的结构	184
三、新闻标题	185
四、电视消息导语	187
五、消息的正文与结尾	192
六、图表和字幕	200
七、连续报道与系列报道	201

八、新闻串联词的写作	204
第十章 电视新闻专题写作	207
一、专题类电视新闻的界定	208
二、专题类新闻的写作要点	211
三、专题类新闻写作的结构	223
第十一章 电视新闻评论写作	235
一、电视评论节目的形态	237
二、评论节目的文稿写作	245
三、评论节目写作结构	249
第十二章 电视直播报道	257
一、电视新闻直播报道的含义和类型	258
二、电视直播的策划	260
三、电视直播的制作	265
四、电视直播的叙述方式:设置悬念	269
第十三章 电视记者的职业素养	273
一、电视记者的分工与合作	275
二、电视记者的职业素养	278
三、电视记者的职业精神	286
后 记	292

绪论

电视一诞生,便成为人们生活须臾离开不得的媒介。坐在家里可以看电视,出门乘车也可以看电视,就连进办公大楼等电梯也有电视可看……如果说科技的发展让电视无处不在,看电视成为人们生活中不可或缺的重要内容,一点都不为过。电视节目越来越丰富,令人目不暇接。尤其是各种类型的娱乐节目越来越多,充斥着荧屏的大部分时段,以至于我们时常讨论这样一个话题:电视究竟是娱乐媒介还是信息媒介?电视新闻在电视节目体系中占据什么地位?

关于电视是娱乐媒介的说法,由来已久。其依据是电视的娱乐功能从来没有像今天这样被置于如此突出的地位:综艺游戏节目花样翻新、热闹异常,益智博彩节目比比皆是、紧张刺激,情景喜剧花开满地、笑声一片……似乎人们看电视的目的从过去的获取信息、接受教育突然之间变成了娱乐消遣。

然而,当我们仔细品味电视节目体系的内容构成时,就会发现,新闻仍然是电视节目的主体内容。近些年来,新闻节目的主导地位不仅未被撼动,相反还有日益增强之势。随着20世纪80年代开始的电视新闻栏目化改革的进行特别是90年代开始的频道专业化浪潮的兴起,电视新闻便步入了繁荣期。

一、电视新闻呈现新变化

(一) 电视新闻的主体地位愈益突出

如果说报纸因为出版周期而影响人们获得信息与世界同步,那么电视这种可以直播的媒介则真的把世界变成了“地球村”。“9·11”事件、伊拉克战争、雅典奥运会、神舟六号载人飞行……因为电视直播,全球的人们可以在同一时间收看同一条新闻,获得同一条资讯。有资料显示,在美、英等发达国家,电视新闻的播出量达到电视节目总播出时间的三分之一以上,我国的有关调查也显示,人们收看电视的第一位动因是想了解与自身有关的各种信息,分别有71%和58%的电视观众将国内新闻和国际新闻选为最喜欢的节目类型。^①

电视新闻之所以能确立在电视节目中的主体地位,无疑是因为传播新闻仍然

^① 石长顺主编:《电视新闻报道学》,华中科技大学出版社2004年版,第1页。

是媒介的首要功能,无论其媒介形态怎样变化。即使电视媒介更多地承载了娱乐的功能,但它说到底仍然是一种信息传播媒介。人们收看电视的第一需求仍然是获知其所处的这个世界到底发生了什么事情。这种对新闻信息的获知需求并非局限于对日常生活信息的了解,更在于对影响世界、国家或地区局势的重要信息的了解,在于对政府重大决策信息的了解和政府管理活动信息的了解,这即是人们成为“大事的知情者”的内在需求。所以,当三峡工程开工、全国“两会”期间国务院总理的记者招待会、国家重要决策的听证会、北京“申奥”成功的那一刻……人们不管是在家里、工作单位,还是在商场,都会围在电视机旁收看实况直播。

正是因为新闻信息对于人们如此重要,所以许多电视台确立了“新闻立台”的办台理念。从2004年央视市场研究股份有限公司(CTR)对全国主要卫视调查中“综合满意度”和“人气指数”均排名第一的凤凰卫视的发展过程来看,它经过了最初的“娱乐立台”到迅速改变为“新闻立台”的理念,从“创名牌新闻栏目”到开播新闻频道凤凰资讯台,逐步成长为华语强势媒体。其成功的依据在于,它对于信息时代“资讯创造价值”背景下获取信息成为人们接触媒介的首选功能的准确分析和研究,它认为,与传统的综合频道和其他类型的娱乐、电影等专业频道相比,专业性的新闻频道更易成为主流媒体。^①基于此,凤凰新闻以“快、全球性、直播”三大特点赢得了广泛的受众。

同样,2003年5月1日诞生的中央电视台新闻频道从一开始就备受关注。复旦大学孟健教授称“央视新闻频道的开播是国家形象的提升和软国力的显现”^②,中国社会科学院时统宇则认为“新闻频道是中国社会进步的象征和窗口”^③。真正意义上的新闻频道,按照国际通行的定义,是指全天候播出新闻节目和具有新闻属性节目的专业电视频道。因此,可以说,新闻频道的开播进一步加强了电视新闻报道的力量,更加突出了电视新闻的主体地位。

(二) 电视新闻的报道领域愈益广泛

伴随着新闻播出时段的延长、专业新闻频道的诞生,电视媒介不仅新闻的播出量大幅增长,而且报道领域也大大拓展。如果说电视综合频道新闻栏目播出时

^① 芮新国:《透视凤凰卫视满意率》,中国营销传播网, <http://www.emkt.com.cn/article/203/20385-2.html>。

^② 孟建:《中国新闻传播的历史性跨越——中央电视台新闻频道开播刍议》,《新闻记者》2003年第6期。

^③ 时统宇:《央视新闻频道在中国电视战略发展中的地位》,《中国广播电视学刊》2003年第8期。

间的延长只是量的增长,那么专业新闻频道的开播则是新闻报道从量到质的巨大突破。

当今信息社会,承载信息传播职能的电视媒介如何促使各类新闻性信息得以迅速、全面的传播,是一个非常值得探讨的课题。这不仅关系到大众媒介信息传播功能的实现问题,更关系到公民信息知晓权的问题。把专业新闻频道开播视为“国家形象的提升和软国力的显现”是基于这样一种认识:电视媒介有能力对国际上有重大影响的新闻事件进行报道,尤其是直播报道,让国内的受众能够享有与其他国家受众一样及时知晓重大新闻信息的权利,同时也能及时地对本国的重要信息予以报道,让本国及其他国家的受众同等地享有不同国家的重要新闻信息。因此,可以说,新闻频道开播的前提是信息公开的实现。

近年来,我国的信息公开制度取得了明显进步,新闻报道的领域日益拓展,报道的内容也日益丰富,越来越充分地满足了信息时代受众对新闻信息的需求。在政治新闻、经济新闻、文化新闻等各类新闻的报道中,以往报道最不充分的当属政治新闻。由于经济新闻、文化新闻并不总是具有强烈的政治色彩,因而受控制的程度相对较轻,报道范围要广泛一些,所涉禁区要少许多,而且与这类新闻相对应的专业频道早已开播,报道内容也就更充分。比较而言,政治新闻信息没有专门的频道相对应。总体而言,政治新闻的播出量也会少许多,亦可以说是此类新闻的电视需求量少许多。正因为如此,新闻频道开播之后,对于政治新闻信息的需求就呈现巨幅增长。这也与大众媒介推进社会民主化进程的功能密切相关。作为民主化内容重要组成部分或称民主化的前提之一,是通过大众媒体充分满足公民的知情权。满足知情权就必须告知真相,既包括重大事件的真相,也包括政府制定政策、实施管理等重要信息的真相。我们正在走向民主化社会,正在走向民主、科学、理性决策的社会,社会的公共政策过程需要公众的广泛参与。这就需要公众全面、充分、及时地获得与政策相关的各种信息,包括决策的全过程都应成为公开报道的内容。正是在这样的背景下,我国信息公开制度从理论到实践都取得了长足的进步。以往不能报道的内容越来越多地成为报道的常规内容,比如,公共政策的非正式决策动议、多种决策方案及其依据、决策听证、政策方案引起的强烈反应(包括公众的质疑和争论)等,都成为今天新闻报道的重要内容。再比如,各级政府官员主动借助电视媒体公开亮相,与百姓进行连线交流,实行“电视办公”。政府官员不仅主动介绍自己的工作,解释决策的背景和依据,同时也公开接受群众的质询和监督。

报道领域的拓展不仅意味着新闻报道的内容可以更广泛、更丰富,而且更重要的是,它还意味着报道理念上的受众本位回归。对许多新的报道领域的开拓,不只是树立和维护政府形象的需要,更是满足受众知情权的需要。受众的接受心

理和接受兴趣直接引导着媒体在报道领域、报道方式方面的变革。

（三）电视新闻的报道手法愈益丰富

随着电视新闻报道理念的变革，新闻报道的方式方法都有了前所未有的变化。

因为受受众本位意识的影响，电视新闻近年来越来越多地把报道的视角投向了百姓日常生活的领域。当2002年江苏电视台创办《南京零距离》之后，一股民生新闻热席卷整个中国的各级电视媒介。当这种以百姓的工作生活常态为主要内容，用平民化的语言和通俗化的风格进行故事化、情节化的报道，一阵风似地被当做改革新闻报道现状的良方时，虽然人们对其琐碎、重复、边缘化等倾向颇有微词，但我们不能不肯定它在找到一种新的新闻报道视角方面所作出的特殊贡献。

民生新闻从百姓关注的内容入手，以百姓能够和愿意接受的讲故事的方式讲述他们身边的新闻，其意义就在于贴近性。但并非每天的日常起居、衣食住行才是民生话题，即便是全国“两会”这样的重大政治生活也事关百姓的日常生活，因而也应属于民生新闻的话题，关键在于怎样将这种严肃的话题做出民生意味来。这主要是一个视角的问题。如果真正从受众的关注点出发选择新闻和报道新闻，即便是严肃的政治话题，也能做得让受众喜欢读、喜欢看。我们已明显地感觉到，过去许多枯燥的新闻如今变得有看头了，如政策新闻不再是发布公文似地介绍条条框框，而是寻找与百姓生活有关联的“点”，找准百姓关注的切入口。以“个税起征点”调整政策过程的报道为例，2003年7月9日，央视《经济半小时》播出新闻《个税起征点“报告”新建议》，从财政部财政科学研究所公布的一份名为《我国居民收入分配状况及财税调节政策》的报告入手，从城调队的样本户中选取一些家庭进行采访，获悉他们的收入状况及现行的纳税起征点对他们生活的影响，借以说明20年前制订的800元个税起征点今天已严重不切实际了，呼吁有关部门调高个税起征点。虽然研究报告对于电视新闻来说并不是最适合的报道题材，因为它多是一些数据和观点，但由于记者采取对调查对象收入及支出状况进行访谈并以讲故事的方式使这份理性的研究报告生动可感，吸引受众。2005年9月举行的个税起征点听证会，电视更是对听证会的整个过程进行直播，让观众如现场旁听，可以见证每位代表的观点，以及代表们的观点会对最终决策产生怎样的影响等。

科技的进步也为丰富电视新闻报道的手段插上了翅膀。动画、电脑特技不仅弥补了电视新闻报道许多题材时存在的一些缺陷，而且还使电视新闻报道更生动，更能凸显电视媒介的优势。此外，电视新闻也借鉴平面媒介的做法，综合运用文字、图表等多种手段表现新闻事实，从而使电视在报道新闻方面明显地具有

了多媒体的特点。

报道视角和报道手段的丰富多样,无疑使电视新闻更生动、更贴近受众,从而更能实现电视新闻的传播价值。

然而,当我们肯定今天的电视新闻在报道面、信息量、生动性和贴近性方面取得长足进步的同时,我们必须正视它还存在着许多不容忽视的问题。

二、电视新闻报道面临新挑战

(一) 时效性的挑战

时效是新闻的生命。对于任何媒介来说,时效性都是非常重要的。如果说报纸可以通过当事人的回忆尽可能地“还原”事件发生时情况的话,那么,对于电视来说,除了实时记录,现场是绝对不可“还原”的。因此,第一时间、第一现场成为电视新闻报道普遍的价值追求。然而,电视记者总是有各种理由未能在第一时间作现场报道,如记者人手不够、消息来源有限、直播经费太高等。当各种来源的新闻作品通过其他媒介报道出来后,这一切理由都显得无力,不值一提。

报纸记者勤于寻找新闻线索,从未停下在社会深处探访的脚步。在探访的过程中,他们时常会听到、看到让他们心动的事情,发现值得报道的新闻线索。只要他们把这些及时地记录下来,就会有源源不断的鲜活的新闻涌现出来。与他们相比,扛着摄像器材的电视记者不方便在生活各处去探访,他们不愿没有具体目标地熟悉和了解社会,更愿意带着现成的线索比如会议、活动去拍摄。这样,许多鲜活的新闻现场缺少了电视记者,多了“不请自来”的报纸记者。当电视记者热衷于利用电视的媒介特色报道报纸报道过的新闻时,时效性就大打折扣了。

网络新闻的高时效对电视新闻的挑战更甚于报纸。因为没有出版周期,网络新闻几乎可以与新闻事实呈现零时差。由于传播信息的“零门槛”,谁都可以通过网络发布手中的新闻。一个普通的网民,运用手中的家用摄像机或可以录像的手机,就可以将生活中偶然拍到的有新闻价值的图像直接传到网上,通过网络视频即可收看。网络新闻的独家性和强时效性对电视新闻报道提出了严峻的挑战。

当然,电视新闻在时效性上的不足主要还是在于电视人对于电视新闻时效观念存在缺陷。发生在美国的“9·11”恐怖袭击事件,大陆电视台都没有在第一时间报道此事,内地观众几乎都是通过香港凤凰卫视的报道获知这一重大新闻的。如果说这种情况的出现有新闻控制的因素,那么,那种电视记者拍了新闻现场画面却非等第二天报纸刊登后再播出的做法,除了新闻时效意识不强,别无他解。

（二）吸引力的挑战

任何媒介报道的新闻都必须吸引受众阅读或收听、收看，才能实现其传播价值。不同的媒介都应认清自身的优势，依托这种优势，把新闻做得更具吸引力。

如果说报纸新闻的吸引力在于其深度，那么电视新闻的吸引力则在于其声像一体化所带来的生动性。客观地讲，除了重大的突发事件报道因其突出的现场感而能吸引受众的目光外，许多新闻报道并未凸显电视媒介的声像一体化优势，观众的收视热情逐渐减低。

在我国，从中央电视台到地方电视台，每日的黄金时间都是集中在《新闻联播》时段。许多热衷于收看电视新闻的观众会准时打开电视机，但常常感到失望。这种状况一方面说明观众对于电视新闻有很高的收视期待，希望电视新闻报道既能提供很大的信息量，又能做得生动好看，另一方面说明他们的希望总是得不到满足，屡屡失望。

失望在哪里？

首先，我国的电视新闻热衷于报道领导活动及各类会议，却又把这些题材以纯粹的工作剪辑的方式予以介绍。电视镜头对准领导本身并不错，一是领导的活动直接关系到党和政府的办事作风和管理能力，二是领导作为公众人物，其一言一行自然也是受关注的。问题在于，电视新闻应该报道领导活动中有新闻价值、值得报道的内容，而不是成为领导行踪的记录，电视新闻不能做成领导活动的日记。同样，会议是新闻报道集中的题材，这也没有错。任何会议都是为了解决某一问题而召开的，无论是信息发布会、经验交流会还是表彰会、批判会等，都是如此，都会传递某种有价值的信息，会议只是一种载体。问题在于，许多电视记者在报道会议新闻时热衷于拍摄哪位领导主持、哪些领导出席、哪位领导讲话，把会议新闻拍成了会场领导“人头展览会”，而不是报道会议传递出的真正有价值的新闻信息，观众看到了会议载体而看不到会议的内容。

其次，电视新闻“声画两张皮”的现象影响着电视媒介的特色发挥和优势凸显。电视新闻的最突出特点是声像一体化，通过视听语言实现文字难以达到的新闻效果。然而，当我们收看电视新闻时，常常感到可以“一心多用”，边做事边听新闻。这不是电视新闻带给人们的便利，而是它的悲哀，这正说明电视新闻的声音和图像处于可以分离的状态。典型的电视新闻应该大量使用影像及现场人物的生活语言，即像平时谈论时那样表达他们的观点，而不是像念报纸新闻那样字正腔圆地读出严谨规范的文件式语言。也就是说，观众更希望看到普通百姓说的是百姓的语言，领导干部也亲自说话，而不是由播音员替他们说。当电视记者热衷于照抄报纸新闻稿，或不善于记录现场语言、闭门造车式地蹲在家里写报道词，其语言就只能是枯燥的，与现场图像脱节的。

受众对电视新闻有着很强的收视期待，这对于电视新闻的发展是一种激励。受众对电视新闻又有很多不满意，这对于电视新闻报道的改进也提出了新的要求。惟有按照电视新闻的规律和电视受众的收视要求，创新报道理念和报道方式，电视新闻报道之路才会越走越宽。