



广播影视艺术系列丛书

实用

电视新闻采编

SHIYONG DIANSHI XINWEN CAIBIAN

张红军 邹 举 著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE



广播影视艺术系列丛书

GUANGBO YINGSHI YISHU XILIE GONGSHI

实用

电视新闻采编

SHIYONG DIANSHI XINWEN CAIBIAN

张红军 邹 举 著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

实用电视新闻采编/张红军,邹举著. —北京:中国广播电视出版社, 2006. 1

(广播影视艺术系列丛书)

ISBN 7-5043-4817-1

I. 实... II. ①张...②邹... III. ①电视新闻—新闻采访②电视新闻—新闻编辑 IV. G222. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 149873 号

实用电视新闻采编

作 者:	张红军 邹 举
责任编辑:	阎维峰
封面设计:	张一山
责任校对:	谭 霞
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:	河北省高碑店市鑫昊印刷有限责任公司
开 本:	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
字 数:	275 (千) 字
印 张:	17.625
版 次:	2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷
印 数:	5000 册
书 号:	ISBN 7-5043-4817-1/C·1841
定 价:	33.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

《广播影视艺术系列丛书》编委会

主 编 毕一鸣

副主编 王丽娟

张红军

目 录

第一章 导 论

- 第一节 什么是新闻 (1)
 - 一、《南京零距离》的启示
 - 二、重视受众需求
- 第二节 真实：新闻的生命 (6)
 - 一、制造新闻、故意歪曲（故意造假）：职业道德的缺失
 - 二、主观妄断、真假不分（判断失误）：调查核实的不足
 - 三、摆拍重演、移花接木（表达低劣）：制作观念的误识
- 第三节 电视新闻的分类 (17)
 - 一、消息类电视新闻
 - 二、专题类新闻节目
 - 三、电视新闻评论
- 第四节 电视新闻业务流程 (23)
 - 一、发现：从新闻线索出发
 - 二、了解：获取事实的真相
 - 三、传达：新闻事实的讲述

第二章 电视记者

- 第一节 你适合当记者吗？ (28)
 - 一、充满好奇心
 - 二、观察分析能力强

三、正直勇敢	
四、适应别样的生活方式	
第二节 电视新闻记者的道德素质	(32)
一、记者首先是一个有良知的人	
二、有偿新闻和记者“拿红包”	
三、保护被摄者应当成为记者的自觉	
第三节 电视新闻记者的业务素质	(38)
一、较强的新闻敏感	
二、熟练的采访能力	
三、得体的出镜能力	
四、熟练的现场抢拍能力	
五、较强的文字表达、视听表达能力	
六、机动灵活能力	
第四节 电视记者的创新思维	(40)
一、求异思维	
二、聚敛思维	
三、逆向思维	
四、形象思维	

第三章 发现新闻

第一节 电视新闻取材的原则	(52)
一、新闻价值原则	
二、电视表现力价值原则	
三、新闻敏感与电视敏感的培养	
第二节 新闻线索的来源	(65)
一、各级政府及行业部门	
二、其他媒体	
三、观察体验	
四、观众反映	
五、新闻线人	
六、各种会议	
七、简报及书面材料	

八、衍生新闻线索

第四章 电视采访的准备

第一节 访问对象的选择和了解	(76)
一、访问对象的选择	
二、对访问对象的了解	
第二节 访问环境和时机的选择	(81)
一、访问环境的选择	
二、访问时机的选择	
第三节 相关知识的准备	(85)
一、政策知识的了解	
二、背景知识的了解	
三、专业知识的了解	
第四节 提问的准备	(90)
一、问题提纲的准备	
二、提问顺序的设计	
三、“热场”问题的设计	
第五节 采访的物质准备	(96)

第五章 采访中的提问

第一节 问题的类型	(97)
一、事实性问题	
二、观点性问题	
三、调查性问题	
四、情感性问题	
第二节 两种提问方式	(103)
一、开放式提问	
二、闭合式提问	
三、两种提问方式的选择运用	

第三节 提问的基本规则	(108)
一、准确简洁	
二、具体明白	
三、注重逻辑	
四、口语化提问	
五、注重倾听	
六、控制方向	
七、公正客观	
八、沟通交流	
九、讲内行话	
十、一句一问	
第四节 提问的常用方法	(119)
一、开门见山	
二、循序渐进	
三、迂回深入	
四、刨根问底	
五、联想假设	
六、以误求证	

第六章 电视新闻的拍摄

第一节 摄像记者的职责	(129)
一、确保采集到技术合格的视听资料	
二、抓取能够反映事物本质的声画信息	
三、熟练地进行现场场面调度	
四、拍摄时要有编辑意识	
第二节 拍摄的手段	(134)
一、挑选	
二、等待	
三、抢拍	
第三节 增强现场感	(137)
一、增强现场感的必要性	
二、过程的记录	

三、同期声的录制	
第四节 细节的捕捉	(143)
一、细节的重要性	
二、细节的分类	
三、细节的捕捉方法	
第五节 记者出镜	(151)
一、记者出镜的作用	
二、加强记者出镜的感染力	

第七章 电视新闻的整体结构

第一节 电视新闻节目的结构因素	(157)
一、现场画面	
二、记者现场述评	
三、访问对象同期声	
四、电视新闻解说	
五、其他因素	
第二节 电视新闻结构的原则和要求	(160)
一、主旨突出：让观众欲于接受	
二、清晰流畅：让观众便于接受	
三、生动新颖：让观众乐于接受	
第三节 消息类电视新闻的结构模式	(161)
一、事件性报道结构模式	
二、非事件性报道结构模式	
第四节 电视深度报道的结构方法	(166)
一、结构的选择标准	
二、结构提纲的作用	
三、结构提纲的形成	
四、电视深度报道的常用结构方式	

第八章 电视新闻的编辑

第一节 电视新闻编辑技术	(190)
一、线性编辑系统	
二、非线性编辑系统	
第二节 视听元素	(195)
一、图像	
二、图画	
三、字幕	
四、报道词	
五、人物同期声	
六、音响	
七、音乐	
第三节 视听元素的组接和组合	(202)
一、声画编辑的基本原理——蒙太奇	
二、画面的选择	
三、画面的组接	
四、声音的选择和剪接	
五、视听元素的组合	
第四节 消息类电视新闻的编辑	(212)
一、消息类电视新闻的编辑方式	
二、消息类电视新闻的画面编辑要点	
三、消息类电视新闻的声音编辑要点	
第五节 电视深度报道的编辑	(215)
一、电视深度报道编辑的特点	
二、电视深度报道编辑的方式	
三、电视深度报道编辑的要点	
四、现场直播的编辑	

第九章 电视新闻的编排

第一节 电视新闻编排的原则	(221)
一、电视新闻编排是一种创造性活动	
二、电视新闻编排的原则	
第二节 消息类新闻栏目的编排	(225)
一、消息类新闻栏目编排的工作职责	
二、消息类新闻的优化组合	
三、消息类新闻栏目的节奏把握	
第三节 杂志型新闻栏目的编排	(232)
一、杂志型新闻栏目的定义	
二、杂志型新闻栏目的编排特点	
三、杂志型新闻栏目的编排方法	
第四节 电视频道的新闻编排	(237)
一、频道编排的方法和技巧	
二、综合频道的新闻编排	
三、新闻频道的节目编排	

第十章 当代电视新闻的特点和趋势

一、时效性的提高	(248)
二、现场感的提高	
三、贴近性的加强	
四、生动性的强调	
五、深度性的追求	
后 记	(269)

第一章

导 论

第一节 什么是新闻

一个广播电视新闻专业四年级学生曾对我说：“学了四年，我越来越不知道什么是新闻。”

这让我想到了一个故事。哥伦比亚大学传播学院的第一堂纪录片课上，教授问有多少人知道什么是纪录片？有 $\frac{4}{5}$ 的学生举手。两年之后，当纪录片课程结束时，教授又问同样的问题，这次举手的只有 $\frac{1}{5}$ 了。

毫无疑问，这一数字的变化说明同学们对纪录片的理解开始深化，认识到纪录片丰富的内涵和广博的外延。“知道得越多，就越清楚自己知道的很少。”

与“什么是纪录片”相比，“什么是新闻”似乎好回答一些。大多数一年级同学会有口无心地说是“新闻的定义，是新近发生的事实的报道”。也许个别人还会在“事实”前面加上一句“或正在发生的或将要发生的”作定语。

然而，那位同学的迷惑来自于你不可能拿这个定义来应付实习单位的新闻部主任。你的一个同学今天生病住院了，这在你实习的媒体中根本不算新闻。但如果生病的原因是学校食堂食物变质，这算不算新闻呢？新闻究竟是新近发生的什么样事实的报道呢？在现实生活中，新近发生的事实太多了，不可能也没有必要都作为新闻去报道。选择什么、舍弃什么有没有确定的标准？这个标准的依据又是什么？

一、《南京零距离》的启示

在探讨这个问题之前,让我们先来看看一个值得关注的新闻栏目——《南京零距离》。这是一档以平民百姓为目标受众的新闻栏目,每天一个小时面向江苏地区直播。开播不久,就创下南京地区收视率第一的神话,成为城市电视媒体的一个奇迹。以下是随机抽取的《南京零距离》2003年4月的两期节目内容:

4月1日

- 民工溺水身亡
- 建筑工人坠楼
- 车祸(3组)
- 大学生行窃
- 新闻下落:转校生得到妥善处理
- 一城市牛皮癣张贴者被抓
- 偷鸡不成蚀把米
- 水榭因何成住户
- 献皮救子后续
- 女儿吸毒不可救 母亲以毒攻毒
- 伊拉克战争回放
- 孟非读报
- 网上逃犯在宁落网
- 牛皮癣
- 居民与工地人员发生争执
- 邻里关系
- 立体绿化给南京城区添绿
- 税法宣传运动会成立
- 独家报道:大活人进了死亡档案
- 独家报道:没有手机何来的话费催缴单
- “口头承诺”不作数
- 选举风波
- 装中央空调需谨慎

4月5日

- 一场家庭风波:零距离目击
- 女子坠楼:不幸身亡
- 涵洞:危险地带(车祸)
- 重现江湖 出师不利(偷窃)
- 和会街一消防栓被撞
- 一辆私车自燃
- 横穿铁路酿惨祸
- 大卡车深陷人行道
- 班次不够起风波
- 如此“小吃节”
- 岂能强买强卖
- 一男子在旅馆神秘被杀
- 这是钉螺么?
- 屋内积水何来?
- 水果店打起价格战
- 江苏美食汇聚金陵
- 又到清明节
- 清明上坟 大树被焚
- 耕地为何成墓园
- 小狗取奶工
- 连线:解释钉螺问题
- 为要砖头 戳破轮胎
- 提高收费是否合理
- 独家报道:老婆,你在哪里?
- 独家报道:外出打工七年 孝儿

- 至今未归
- “浪漫之旅”启动
- 徐州人来宁拉客

- 精神病人骚扰四邻 六儿女推卸责任
- 绝世夜明珠闪亮南京

从以上两档节目中不难看出,对于《南京零距离》而言,选择什么样的事实进行报道,取决于老百姓的需求,确切地说,取决于南京平民的需求。值得深思的是,这两档节目播出时正值美英攻打伊拉克,在全球的目光都被战争报道吸引、各级电视台纷纷加大战争报道力度时,《南京零距离》却“反其道而行之”,很少选择战争报道,而收视率依然是居高不下。

新闻节目中传播者本位向受众本位的转换,是《南京零距离》成功的主要“秘诀”。

二、重视受众的需求

在“信息匮乏”时代,人们渴求信息的程度大大超过媒体所能提供的,于是,主动权和制导权掌握在传播者手中,传播者根据自己的意愿或主观判断决定传播的内容。而今天,在一个“信息相对过剩”的时代,受众可以在大量的信息中挑选自己感兴趣的东西,新闻真正具有了“消费性”。

再来看我们的媒体中的某些“新闻”,那些充斥着长篇报告、经验总结的大会、小会报道,那些空洞乏味的人物赞歌,那些板着面孔“教训人”的僵化模式,怎么会引起观众的兴趣?

CNN 著名主持人宗毓华在北京的一次座谈会上说到 CNN 是怎么做新闻时说:“什么是新闻?简言之,新闻就是人们不知道却又必须知道的事……我们节目播出之前,编辑们都要聚在一起开会。第一个问题常常是‘为什么观众会在乎这条?’如果想不出这条新闻对观众具有的意义,那它就没有播出的必要了。”^①

《南京零距离》的创始人景志刚曾说过一句令人深思的话:“按照传统新闻概念,我们现在播的很多东西都不是新闻,但用一种全新的眼光去看它就是新闻,而我们过去的新闻恰恰不是新闻。”^②

^① 《现代传播》,2003 年第 2 期,第 58 页。

^② 《现代传播》,2003 年第 2 期,第 60 页。

在我看来,新闻人具备这种“全新的眼光”是时代的要求。在一个受众定位日益明确的“窄播”时代,在中国新闻改革如火如荼、收视率成为衡量新闻节目质量重要标准的背景下,用“时代的眼光”来重新审视新闻的定义,重新审视新闻价值的因素,甚至重新审视那些曾一度被我们否定的西方新闻价值观,应当成为新闻理论和实践工作者的自觉。

“狗咬人不是新闻,人咬狗才是新闻”、“能让女人喊一声‘哎呀我的天啊’的东西,就是新闻”、“新闻是关于突破事物正常轨道或出乎预料的事件的情况”,如果说这些五花八门的关于新闻的定义是为了给可以称为“新闻”的“事实”廓定一个选择标准的话,那么,这个标准如何测定?由谁来测定?由受众测定,由传播者测定,还是由传播者代替他所估计预测的受众进行测定?难怪有些西方学者干脆说“新闻是报纸在它的新闻栏里刊登的,电台在它的新闻节目里广播的东西”^①。这似乎是一种循环论证。报纸的新闻栏里登什么?登新闻!新闻是什么?新闻是新闻栏里登的东西!似乎什么也没说,然而,这一定义显示出定义者对新闻实践工作的充分肯定,它隐含着这样的意思:所有新闻栏里的东西都是经过记者和编辑部严格挑选的,而挑选的标准无疑是受众本位的,是观众感兴趣的东西——这是这一定义的前提。

如此看来,暂且不谈什么是新闻,那些“新闻栏里刊登的和新闻节目广播的”不一定是新闻,而且那些大多数观众不感兴趣的东西一定不是新闻,至少它不属于我们所说的认识论层面的新闻。

依据这个标准,我们可以把中外历史上对新闻的定义按是否注重受众感受作一个简单的分类。

没有强调受众本位的新闻定义有:

“新闻的定义,就是新近发生的事实的报道。”——陆定一

“新闻是一种新的重要的事实。”——胡乔木

“新闻是现在新的、活的社会状况的写真。”——李大钊

“新闻是新近变动的事实的传播。”——王中

“新闻是报道或评述最新的重要事实以影响舆论的特殊手段。”

——甘惜分

^① [美] 麦尔文·曼切尔:《新闻报道与写作》,中国广播电视出版社,1981年2月第1版,第48页。

“新闻者，最近时间内所发生，认识一切关系社会人生的兴味，实益之事物现象也。”——邵飘萍

“新闻是我说它是新闻的某种事情，是按我的标准，认为它值得被人知道的某种事情。”——大卫·布莱克林（美广播节目主持人）

“新闻是已经发生或正在发生的事情的报道。”

——约斯特（美国：《新闻学原理》）

“新闻是最近报道的事情。”——莫特（美国密苏里新闻学院院长）

“新闻就是把最新的现实的现象，在最短的时间距离内，连续介绍给最广泛的公众。”——道比法特（德国柏林大学新闻学教授）

“新闻是根据自己的使命，对具有现实性的事实的报道和批判，是用最短时距的有规律的连续出现来进行广泛传播的经济范畴内的东西。”

——小野秀雄（日本新闻研究所所长）

“新闻是变迁的记录。”——英国《泰晤士报》

“反常的事情就是新闻。”——威尔·艾尔温（美国杂志作家）

“新闻乃是女人、金钱和罪恶的记录。”——华尔克（美国报刊编辑）

“狗咬人不是新闻，人咬狗才是新闻。”

——博加特（美国纽约《太阳报》采访主任）

“能让女人喊一声‘哎呀我的天啊’的东西，就是新闻。”

——爱德华（美国阿契生市《环球报》主笔）

.....

最后四条定义尽管已经暗含着对受众兴趣的估测，但毕竟是来自传播者主观的判断，并且会因为制度的不同及社会的发展变迁而发生偏差。

强调受众本位的新闻定义有：

“新闻者，乃多数阅者所注意之最近事实也。”——徐宝璜

“社会上发生的，为大多数人民所关心的，有意义的事实，就是新闻。”——徐铸成

“新闻是新近发生的，能引人兴味的事实。能引起最大多数读者的最大兴趣的新闻，就是最好的新闻。”——布莱尔（美国威斯康辛新闻学院教授）

“新闻就是广大群众欲知应知而未知的重要事实。”——范长江

“构成新闻的要素是下列四个：第一，和大众有利害关系的，为大众所关心的，或是以引起大众的关注（或注意）的事物；第二，新鲜的事物；第三，用最迅速的方法及时传播；第四，大量散布。”——恽逸群

.....

以上定义，从满足受众的需求出发，准确地反映了新闻产生的本质动因。仔细审视理解这些定义，对在实践中回答“什么是新闻”是极其有帮助的。

由此我们可以看出，什么是新闻，并不取决于传播者的主观判断，而要取决于它在多大程度上满足接收者的需要。传统新闻定义中对接受者客观需求的忽略使我们认识到，在当今新闻实践中，受众的需求成为回答什么是新闻的重要标准。所有的新闻记者和新闻编辑都应当时刻牢记：我们的观众会关心这个事件吗？他们想知道这个事件吗？

当然，受众的需求是随着社会发展而不断变化的，并且，不同地区、不同层次的人们对信息的需求也不尽相同，因此，新闻显然是一个相对的概念。同样的事实，在这个时期是新闻，在另一个时期就不是新闻；在这个城市是新闻，在另一个城市或者农村就不是新闻。二十年前，给远在大洋彼岸的亲人发个 E-mail 是众人瞩目的新闻事件，而今，这无论如何成不了新闻。住户周围有个马蜂窝，这在大多数农村地区是很常见的事情，不应算是新闻。但若是在城市的小区里，就可以成为新闻了。

综上所述，我们可以看出，在实践中表述“什么是新闻”的关键在于什么样的事实能成为新闻。而毫无疑问的是，选择“事实”成为“新闻”的标准应当是目标受众的需求。因此，我们是否可以这样说：新闻是对新近发生的，能满足目标受众需求的事实的报道。

第二节 真实：新闻的生命

众所周知，事实是新闻的本源，是决定新闻存在的基础。新闻只是对事实的报道，是对客观事物的描述和写真。按照这一基本认识，一切新闻报道都必须如实地报道事实的真相，客观地反映事物的本来面目。真实是新闻的第一要素，是新闻的生命。

然而自新闻出现以来，中外新闻失实现象就从来没有消失过。新闻造假的现象屡屡出现，虚假新闻成了新闻传播中的一个痼疾。从 1835 年纽约《太阳报》的“月亮上发现‘鸟’一样的人”到 1928 年《大西洋月刊》的“林肯的亲笔信”；从 1958 年《人民日报》的“早稻亩产超万斤”到 1961 年美联社的“联合国秘书长哈马舍尔德与国家首脑会谈”；从 1980 年《华盛顿邮报》的“吉米的世界”到 1983 年西德《明星周刊》的“希特勒日记”。这些著名的假新闻无不让全世界哗然。