

实践·思考·创新

——电视第一线工作者的理性思考

胡芳 / 主编



华文出版社

序

1996年，中央电视台20多位编辑、记者、主持人等业务人员，怀着迫切的继续学习深造的愿望，在北京广播学院电视系研修新闻学（电视新闻方向）硕士研究生课程。本书是他们完成学业的毕业论文集。看着这些熟悉的名字，脑海里浮现出了他们辛勤工作的身影……

带着青年早熟的老成，他们双眼盯着不断变换的荧屏画面，双耳监听着节目的声音。他们在认真地履行着在新闻战线守土的责任。他们深知自己的工作上连党中央，下系百姓。他们要做好联系的纽带，架好人间的彩虹。

在演播室，他们绘声绘色地主持着自己的电视节目，讲述着老百姓自己的故事。他们把最新的信息告诉观众，把最新的知识传授给求知的人群，把美好的希望和喜悦带给百姓。

在机房的导演台前、在演播的现场，他们像部队指挥员一样，调度、协调着每个工作环节，使电视这台复杂的现代化的“机器”能够自由地运转。

他们是电视一线的战士，他们是“战场”的指挥员，他们也是开拓电视未来的尖兵。繁忙的电视工作给他们带来无穷的乐趣；繁忙的工作也使他们深感自己底蕴的不足。他们需要工作，也需要“充电”，更需要学习。

渴望甘露的人才喜欢润物的春雨；渴望新知的人才更加珍惜“充电”学习的好时机。他们不顾工作和家务的劳累，他们不怕上学的艰辛。不管是因忙碌的工作耽误了课程，还是因为读书影响了工作，他们都会在夜灯下把它补齐。这些事对年轻的大学生来说也许算不得什么，可对身负重担的研修班的学员来说谈何

容易。

学海无边，学无止境。需要学习“充电的不只是研修班的二十几名学员，无论是比他们年少的，还是比他们年长的同样需要继续学习，更新知识。只有不断学习才能跟上时代的步伐；只有不断学习，才能为社会、为人类、为我们的电视事业继续做出自己的贡献。

未来永远属于学而不倦的人。

中央电视台研究室主任

王 录

1999年1月

前 言

本世纪 80 年代以来，中国的电视事业进入飞跃发展时期。电视的发展变化对从业人员的要求越来越高，全国各级电视台的许多在职人员，纷纷到广播学院电视系进修学习。我们先后为中央电视台、北京电视台和部分省市台专门开办了大专层次、本科层次的学习班。中央电视台 96 届研修班，可以说是职人员继续学习更高层次的深造。

96 届研修班的学员中，有多年从事记者、编辑工作的本科毕业生，也有部门负责人、知名主持人，有些人已经具有较高职称。然而，他们仍然感到再学习、再深造的必要。在不脱产的情况下，他们克服各种困难，完成了新闻学（电视新闻方向）硕士研究生课程的学习。

这本论文集是他们学习的成果，是他们对实践经验的归纳、整理，也是对电视学研究领域一些理论问题的理性思考。

尽管这本论文集有些文章的理论色彩还有些薄弱，但却有一个突出的特点：这些感受和经验来自实践，来自自己的思考，充满着鲜活的个性特征。也许正是因为这一点才使得这些文章有阅读和参考的价值。

电视系到目前为止，已举办了近 10 期研修班了，我们对每一期学员都提出撰写毕业论文、在理论上进一步提高的要求。高兴的是中央电视台这个班的学员，不但完成了学业，而且实现了他们自己的诺言。

未来总是留给有准备的人，我们相信：他们今天所付出的这一份辛劳和努力，明天必将带来新的收获和成绩。

在本书出版之际，我们特别感谢陈元猛教授花费许多时间对学员论文进行文字校审工作。同时，我们也要感谢电视学院教育协作理事会的大力支持。

北京广播学院副院长、教授

任金州

1999年5月

目 录

前言	任金洲 (1)
试论电视新闻现场报道的特征定位	
及可操作性因素	王静芳 (1)
电视纪实艺术与电视艺术	王亚平 (26)
关于电视专题片的发展走向和	
制作的几点思考	李明忠 (38)
关注与引导——浅析目前儿童电视事业	
发展中存在的几个问题	肖新伶 (49)
电视纪实艺术浅析	钱连红 (54)
试论我国近几年电视纪录片创作	
及其文化品格	祖菊红 (65)
引导性、时效性、实用性——经济类	
电视节目特色阐释	王秀云 (85)
从《万里长城》反映史实的方法,看	
具有平民意识的叙事方式	杨冬薇 (94)
从《邓小平》看史学在文献纪录片中的	
应用	华 越 (102)
电视创造艺术与纪实艺术之比较	李 颖 (113)
试论电视节目主持人素质与节目创作	
的关系	吴 炜 (123)
科技——电视的永恒主题	何桂芝 (138)
卫星电视开创新的传播时代	何宗就 (155)
论体育实况转播的基本原则	岑传理 (174)

试论创建国际华语新闻频道的

必要性与可能性	李海明 (184)
风格,成熟的标志	
——谈谈电视片的创作风格	石宪法 (197)
电视传播与电视观众的心理要求	万 源 (217)
军事节目主持人应怎样树立屏幕形象	张 莉 (222)
电视创造艺术与纪实艺术之比较	王立戎 (234)
关于《万里长城》的思考	徐笑梅 (245)
论我国电视新闻节目主持人的走向	纳 森 (252)
论电视科普节目的创作	王晓斌 (264)
试论电视纪录片主观性与客观性的关系	刘茜茜 (276)
试论电视新闻播音风格多样化的可能性	徐 俐 (283)
电视节目主持人参与意识浅议	魏首平 (293)
电视经济报道的题材选择	宁小鹏 (306)
浅谈电视新闻的可视性	傅丹阳 (316)
附录	(336)

试论电视新闻现场报道的特征、定位及可操作性因素

王静芳

引 子

几年前，在现场报道一场中日围棋赛的最后结局时，一位记者说道：“历史在我眼前爆发……”作为受众的我，至今仍觉得这句话中那种扑面而来的现场感仿佛触手可及。

然而，做“传者”的时间长了，我们反而忽略了自己的上帝——“受众”。每天一味地按照某种既定的模式做着千篇一律的节目，对受众的需求不闻不问，以致新闻不新。

新闻的本质究竟是什么？这个问题值得我们每个新闻工作者不断地去探寻、去挖掘。

在正文的起始部分，我着重阐述了新闻受众的心理需求，以此为镜，来定位现场报道的真正内涵及操作理念。

一、新闻受众心理探究

如果电视人真能完全地做到“换位”，能够真正从电视观众的角度去审视自己的片子，那我们的荧屏上将会出现更多的精品。这是我所赞同的观点。所以在研究传者之前，我们更有必要去认真地了解受者。

（一）什么是新闻受众需要

需要是有机体内部的一种不平衡状态，它反映某种客观的需要和必要性，并成为个人活动的积极性的源泉。

新闻受众的需要主要表现在新闻受众对新闻信息的需要。作为受众主体对媒介信息的需求是相当广泛的，包括政治的、经济的、文化的，像受教育、求知识、求审美、看销售产品的广告等等。但是作为新闻受众的需求主要指的是受众对新近发生或变动的事实的一种迫切获取新信息的心理状态。这种需要属于社会性的较高层次的精神需求。受众心理的需求可以是个体的，也可以是群体的。

在改革开放的今天，人们越来越深切地认识到新闻在人们生活中的极其重要的地位。比如，在党的“十五大”前夕，广大群众都非常急切地想知道“十五大”的主要精神和“十五大”党中央领导班子的具体人选（从心理学上看，这时人们的内心处于不平衡的紧张状态，因为他们的需求还没有得到满足）。他们想尽快在屏幕上看到来自会场的最新消息。

（二）新闻的特点与新闻受众需要的对应关系

新闻本身的特点同受众对新闻的需要之间，有着一一种内在的、相互依存的关系。离开了新闻的基本属性，就谈不上受众对新闻的需求；反之，受众对新闻的需要又促使新闻强化自己的特点。

1. 新闻的党性和受众期待引导的心理

任何新闻媒介都属于不同的政体或集团，并维系一定的社会制度和经济基础，受制于不同的阶级意志或道德规范。党性是新闻事业的核心。社会主义的电视事业是党和人民的耳目喉舌。

新闻事业的基本职能是传播新闻，反映、引导舆论，提供知识等。受众需要随时通过新闻了解党在现阶段的方针、政策，借以调整自己的心理和行为来适应社会的要求。因此，期待新闻引导，是受众心理的重要内容。

媒介信息对受众的引导（指导）是多方面的，有政治思想、文化教育、日常生活和消费等。但新闻信息之于新闻受众较多的

也更为重要的还是政治思想上的引导。像通过新闻媒介向广大群众宣传党的方针政策，对国内外重大事件的综述和评论，帮助人们正确认识这些问题，就属于这一类。正是在这个意义上，我们说新闻具有导向性或指导性。

正确的新闻宣传能给受众以正确的思想指导，错误的舆论导向则会把受众引入歧途，甚至导致人心混乱、社会动乱，所以人民需要正确的舆论导向。

新闻宣传要想满足受众期待引导的心理，就需要一方面坚持以正面宣传为主的方针；另一方面还应该坚决清除和纠正那些反动的谬误的，及不真实的报道。

2. 新闻的真实性和受众的求真心理

新闻受众之所以需要新闻，最主要的原因在于新闻能够向他们提供有一定时空环境的客观存在的事实。这种可视、可见、可触的人或物是现实的真实。它们区别于文艺作品所反映出的高于生活的真实。现实的真实可以满足新闻受众对新近发生（或变动）的事实认知需求，而生活的真实则主要满足受众认识生活和审美方面的需要。真实性是新闻的生命，坚持真实性原则才能够满足受众求真的心理需求。

坚持新闻的真实性原则主要包括两方面：一是事实准确，无论宏观还是微观；二是反映要全面，不可以偏概全。失实的报道哪怕只是一个细节，都可能使受众以点带面地去怀疑其他真实性，甚至影响新闻在受众中的威信。比如在焦点访谈《有朋自远方来》一节目中，设计了一个记者听到基辛格博士抵达饭店后，匆匆跑去采访的镜头，一看就很假。试想，这样一个重要的采访，CCTV 记者怎能毫无准备而如此忙乱呢？可以说，这一组画面是弄巧成拙，适得其反，本想体现 CCTV 记者雷厉风行，但这一失实细节却让观众理解成，CCTV 记者面对紧急采访竟乱了阵脚。

新闻报道要想取信于民，就必须在内容和形式上增强可信性。电视新闻应突出现场实况，让观众从真实的画面上获得一睹为快的满足。

3. 新闻的时效性和受众的求快心理

先睹为快，是受众对未知、应知、欲知新闻的共同的求快心理。比别人早知道，便可以获得人际传播的主动权，品尝消息来源者的快感，并满足一定的自尊心的需要；比别人早知道还可以较快地调节自己的心理与行为，更快地适应社会的变化。

而新闻之所以不同于“旧”闻，也正是在于它“新”。所谓“新”既有内容上的新鲜，又有时效上的快捷。惟有快才新，要想“新”，必须“快”，于是力求“新”令无数记者奔波不已。

波兰著名心理学家列斯拉夫·活依塔西克在《政治宣传心理学》一书中指出：宣传本身应当高效能，行动应当迅速而及时，宣传活动的成绩大多数取决于宣传的速度和效能，其根据是：对事物最先的解释能迅速吸引人的注意。人们多半把它作为真实的解释来看待。因此，最先的解释容易在人们的记忆中扎下根，而且牢牢地扎下根。

当然，时效性不是一味地快，而是在保证新闻宣传效果的前提下和时宜性结合的快。

4. 新闻的新鲜性和受众的求新心理

好奇心人皆有之。对新闻的喜新厌旧是受众的共同心理。凡是内容新、表现手法新的新闻都容易得到受众的青睐。而新鲜性则是新闻的又一个显著的特点。新闻传者在标新立异、不断创新、千方百计增强新闻的可视性上可谓煞费苦心。

用心理学的观点看，刺激物的新异性是引起注意的一个重要条件。新闻报道只有首先引起受众的注意，并维持他们的兴趣，才谈得上让受众接受。而新闻报道在题材上的新颖，表现手法上不落俗套，正是引起受众注意的重要条件。

5. 新闻的接近性和受众的求近心理

受众的求近心理指的是受众对于自己所熟悉的新闻容易产生亲近感,并给予更多的关注。这里所说的为受众所熟悉的新闻,不仅指受众曾经多次直接感知过的事物或人,还包括接近于受众的知识经验,如在年龄、职业、性别、价值观、态度、兴趣、爱好等方面的报道。

新闻要想满足受众的求近心理,就应注意选准报道的切入点。抓住受众最关心的话题,击中受众心中绷得最紧的那根弦:像物价、工资、房改等与百姓利益直接相关的问题。

二、现场报道概说

对受众的真正了解是制作电视节目的基础,有的放矢,才能使节目从内容到形式都能抓住观众。在众多的报道方式中,现场报道可说是最能显示出电视新闻报道的优势,也最符合观众的收视心理。

电视现场报道的样式在国外起始于20世纪60年代,在我国屏幕上出现则是80年代的事。目前,我国电视新闻的报道已由简单文字口播、图片报道、录像新闻发展到现场报道、现场直播等多种形式,使电视的传播优势在报纸、广播等众多的新闻媒介中脱颖而出。

电视现场报道的出现,使电视新闻较彻底地摆脱报纸、广播以及电影等传播媒介的影响,突破了旧有的表现形式的束缚,终于走上了一条符合自身规律的发展道路。

(一) 概念

电视现场报道是电视记者或节目主持人置身于新闻现场,出图像并用同期声向观众叙述、评论新闻时间的一种报道形式。

首先,让我们看一个例子。1992年“中国新闻短消息”获

奖作品：

首批科学家访台归来

画 面	同 期 声
北京首都国际机场，一架飞机徐徐降落滑行，镜头跟……接着，拉出来；推记者近景。	记者：观众朋友，这里是北京首都国际机场，海峡两岸隔绝了40多年后的首批大陆科学家，结束了他们对台湾为期7天的成功访问，于今天回到北京。
机场卫星厅，几位科学家走出来，与迎接的人握手，大家都很激动，记者迎上去，一边走一边采访，第一位：医学家吴阶平教授，老人激动的表情和周围人们热切的注视。	记者：吴老，听说你们这次访问在台湾岛内反响很强烈，台湾各大媒体都做了很充分的报道，那您这次在岛内印象最深的是什么？ 吴老：我感觉最强烈的就是台湾学术界他们的学术水平都很高，而且他们非常重视学术研究，这次他们也提出希望和我们搞合作，就具体的领域共同来研究，因为他们还是认为祖国的基础研究比他们的好。
卫星厅移动电梯上：记者在科学家行进中采访农业科学家卢良恕。满头白发的老人因激动，语调也提高了很多……	卢老：我没有想到台湾对祖国大陆的农业那么感兴趣，尤其对小麦品种的更新，一再要求在这一领域要加强合作，并要求派人来我们农科院学习，交流……

这条消息令人称道的就是现场感强。记者用简练到位的镜头语言和鲜活感人的现场采访，将分离了四十多年后，踏上台湾岛的那种亲情，淋漓尽致地表现出来，一下子就把观众的情绪吸引住了，使人有种非常亲切又很激动的现场感，无论是画面镜头语言，还是采访问话所有信息，都充分展示了现场报道的感染力和生命力，给观众以信息感和参与感。

现场报道形式多样，一般做法是：屏幕上先出现以新闻现场为背景，以报道者大中景景别为主体的画面，报道者开始叙述新闻导语。随着报道者叙述语言所提供的转场依据，镜头迅速转成现场情景或现场人物的谈话，记者报道作画外点缀，最后又回到报道者本身，对事件作总结式交代。由此可见，现场报道中电视记者或者节目主持人是报道的核心人物，他（她）以目击者的身份，以第一人称的口吻，以在现场空间的动作、表情，向观众展示事件的变化并引导观众的思维趋向于报道宗旨，其素质要求较高。

这里应当说明，现场报道所指的“现场”不是广义的新闻现场，而是狭义的记者手持话筒报道新闻事件的那个“现场”，以免引起诸如电视新闻哪条不是从现场拍摄来的，哪条不是现场报道的误解。

现场报道必须是记者自始至终地在新闻现场作报道和采访；现场的事态应该是正在发生、发展中的；记者在现场是随着事件发生、发展的过程，边观察、边采访、边报道；记者的报道应该有事件现场画面和同期声。

电视现场报道的方式大致有现场直播、现场播报、现场采访等几种。

我们通常看到的是一些记者先在现场说几句开场白，然后再由播音员回演播室配音；或播音员先配音解说再出记者在现场的采访活动，这些类型都不能算真正意义上的电视现场报道。

（二）现场报道的基本特征

1. 个体传播

电视现场报道的目的之一就是产生有形的客观真实感。当报道者出现在电视屏幕上时，用第一人称同观众面对面交谈，并把现场同时展现给观众，起到一对一的个体传播效应。如同朋友间的聊天，使传者与受者之间的距离缩短，显得亲切自然、真实可信。另外，报道者自身形象，也构成现场报道的伴随信息，这种信息也能产生客观真实感，比如名记者、名节目主持人所作的现场报道可信度就高。

2. 现在进行时

这种特征指的是一种现场环境，下面将要发生什么，报道者与观众只可预料，不可先知，于是，带着对未知事物的探求欲和新鲜感，双方共同进入现场，随着报道者对事件细节的叙述和背景介绍，以及意外情景的出现，神秘的纱幕被一层层剥开，观众在不知不觉中被节目吸引，使电视的参与性得以充分的体现。

3. 同期评述

报道者是新闻现场的目击者，他（她）要观察现场事件的发展情况，边看边说，同期声评述的内容与新闻事件保持时间上的同步，不但保持了现场报道形式与内容的高度一致，体现了新闻真实性原则，而且有助于时效性的提高。

4. 声画统一

完整的现场是由形象以及声音共同建构的，当出现现场画面时，不应忘掉其声音的存在，当出现现场声音时，也要有与之相关的画面作说明。声画合一是现场报道的基本特征的要求，但这并不是说二者无论何时都占据同样的地位。当报道者叙述时，现场声音可以调弱；当画面出现高潮时，报道者应停止叙述，让完整的现场信息直逼观众；当现场谈话较长时，可以用播画面提示背景，拓展信息量。对于录播的现场报道，后期剪接要按照事件

发生的时间顺序,打乱素材的先后顺序,是违背新闻真实性原则的。

(三) 现场报道的优势

1. 现场感强

电视新闻的优势在于通过形象画面展示新闻现场实况,特别是现场报道,记者在新闻事件发生的第一现场进行采访和报道,捕捉有关事件的第一手资料,包括事件的直接原因、事件的现场情况以及当事人、目击者的反应等,使观众看到新闻事件现场最重要、最有价值的事态,以强化新闻现场感。同时,现场报道的镜头画面没有回顾和追溯,整个画面都是报道者所处的“现在进行时”的环境,报道由复述式转变为正在进行时,从而强化了电视新闻的现场性。

2. 真实感强

现场报道中报道者进入画面,就使采访活动的音响直接来自于新闻事件特定的环境内部,其声音语言变得较为朴实,增强了声音语言的客观性。过去电视新闻中画面不能表现的内容,皆用主观性声音(解说词)来阐述表达,由报道者经过主观思维归纳整理,用文字记录后,再由播音员念出来。这种多层转述的结果,难免增加或减损,造成新闻不鲜活,甚至失真。在现场报道中,报道者将被人整理后播念的主观性声音转化为报道者向观众面对面直接陈述的客观性声音,转化为报道者与观众面对面的谈话,其新闻与事实本身在声音间距上自然缩短,真实性与客观性也得到提高。1997年CCTV获奖作品《老区聊城庆祝京九全线通车》的采访,几段生动的同期声,具有极强的现场感和真实性。

现场:聊城火车站广场,人们呼呼拉拉往前涌,百里八乡的父老乡亲,为了目睹火车穿过家门口的盛况,清晨四五点钟就开始往火车站赶,那情景比“过年还热闹”。一位五十多岁的老人举着手里的照相机说:“我来聊城工作二十多年了,过去出差先

要绕到济南再坐火车，今天终于盼到火车穿过自己家门口了，我要用这小相机，把这历史的镜头拍下来。”还有几位七八十岁的老太太相互搀扶着，其中一位对记者说：“我今年八十四了，活了这么大年龄了，终于见到火车了！”另一位说：“现在日子好过了，我们要在有生之年坐上火车到北京看看去。……”

这一段真挚、朴实的同期声，给人留下深刻印象，节目播出第二天，一位台领导看见我说，八十多岁的老太太用方言表达她们见到火车的激动心情，太真实太生动了。

3. 参与感强

记者在新闻事件现场做“伴随式”的采访报道，既与采访对象交流，也与观众交流，这种面对面的 interpersonal 交流最能吸引观众的参与感。

画面加解说这种“我说你听”的报道方式，观众是被动接受的，很难调动观众的参与感；而现场报道，记者可以有意识地从大多数观众的兴趣出发，向当事人和目击者直接提出问题，以回答观众想迫切了解、想问而没有机会提出的问题，这样就能增强观众的参与意识，增强参与感。在现场报道中，还可以充分发挥电视的优势，可以请普通百姓就某个问题直接上荧屏发表意见，与领导对话，上下沟通，使更多的领导和百姓直接参与到我们电视新闻的传播过程中来，使观众真切地感到自身参与媒介的公平性。

面对面交流是电视的一大特色。现场报道与一般手法的区别就是记者直接出现在屏幕上，缩短了传播者与受众之间的距离。这种报道有一种超越媒介的穿透力，能产生当面会晤、一对一的个体传播效应。现场报道除了记者的口头播报，以及与被采访者之间各种语言因素的交流给观众以视听刺激外，画面内其他因素如围观群众、环境情景等方面的发展变化，也不时吸引观众的“注意”。观众可以自由地对声画含义作出自己的分析和评价，这