

应用电视新闻学

严三九 编著

暨南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

应用电视新闻学/严三九编著. —广州: 暨南大学出版社,
2002. 4

(广播电视新闻专业系列丛书)

ISBN 7-81079-089-7

I. 应… II. 严… III. 电视新闻-新闻学 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 009531 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 编辑部(8620)85225277/85220289/85225262

发行部(8620)85225284/85223774/85220602(邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) /85223774 (发行部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 暨南大学出版社照排中心

印 刷: 湛江日报社印刷厂

开 本: 850 × 1168 1/32

印 张: 11.75

字 数: 290 千

版 次: 2002 年 4 月第 1 版

印 次: 2002 年 4 月第 1 次

印 数: 1—6000 册

定 价: 23.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社发行部联系调换)

前 言

电视节目以新闻节目为主体、龙头。传播新闻信息是电视诸多功能中的最重要功能。电视新闻是老百姓了解国内外大事的窗口，也是舆论导向的中心。电视新闻要发挥电视现代化传播媒介的优势，形成有中国特色的社会主义电视新闻的气势和品格。

随着技术革命浪潮的冲击，党的改革开放政策的推动，加之电视新闻实践改革不断深入的呼唤，我国电视新闻学的研究有了长足的进步。这不仅表现在付梓的成果（如学术专著、论文等）引人注目，还呈现在研究方法、角度和途径的多样性与创新性上。

本书《应用电视新闻学》有两层含义：一是非独创之作，是在参考大量电视新闻学研究专著、学术论文的基础上形成的。二是在本书中融进了作者的一些思考：电视新闻的新观念、新形式、新操作技巧和方法、新问题和新现象等，力求与时俱进，有所创新，给同行们一些帮助。

本书在编写过程中，参考了近年来出版、发表的电视新闻学专著、学术论文，从中汲取了营养，受到了启发，在此，我向这些著作、论文的作者表示衷心感谢！同时，也向付出艰辛和创造性劳动的暨南大学出版社编辑潘雅琴老师，致以诚挚的谢意！

由于作者水平有限，掌握的资料有限，本书在理论深度和论述的广度方面存有不足之处，恳请专家、读者匡正。

严三九

2002年1月8日于广州

目 录

第一章 电视新闻界说.....	(1)
第一节 电视新闻概念.....	(2)
第二节 构建现代电视新闻观念.....	(6)
第二章 电视新闻的地位和社会功能	(19)
第一节 电视新闻的地位	(20)
第二节 电视新闻的社会功能	(26)
第三章 电视新闻的共性规律和个性特征	(38)
第一节 电视新闻的共性规律	(39)
第二节 电视新闻的个性特征	(53)
第四章 电视新闻的表现符号、话语改革和结构性变化 ...	(71)
第一节 电视新闻的表现符号	(72)
第二节 电视新闻的话语改革	(90)
第三节 电视新闻的结构性变化	(96)
第五章 电视新闻节目	(108)
第一节 电视新闻节目的分类.....	(109)
第二节 电视新闻深度报道.....	(111)
第三节 新闻调查.....	(124)

第四节	新闻性访谈节目	(136)
第五节	评论类电视新闻节目	(150)
第六章	电视新闻的报道形式和传播方式	(181)
第一节	电视新闻的报道形式	(182)
第二节	电视新闻的传播方式	(202)
第七章	电视新闻的采访和写作	(214)
第一节	不打无准备之仗	(215)
第二节	如何采访提问	(219)
第三节	要规范屏幕形象	(227)
第四节	要有现场发挥的能力	(234)
第五节	要核对事实	(238)
第六节	要处理好几个关系	(241)
第七节	采访失败原因分析	(249)
第八节	隐性采访	(254)
第九节	电视新闻文字稿写作要求	(260)
第十节	写好导语	(268)
第十一节	锤炼标题	(273)
第八章	电视新闻的摄像	(279)
第一节	少用推、拉、摇、移	(280)
第二节	镜头要成龙配套	(286)
第三节	突出特征 角度常新	(291)
第四节	画龙点睛抓细节	(293)
第五节	善于挑、等、抢	(297)
第六节	录好同期声	(302)
第七节	偷拍	(307)

第八节	刻意追求真、善、美·····	(310)
第九节	要参加采访的全过程·····	(314)
第十节	要做好场记·····	(318)
第九章	电视新闻的编排·····	(322)
第一节	电视新闻编排的原则和技巧·····	(323)
第二节	电视新闻的编排节奏·····	(329)
第三节	电视新闻的编排艺术与传播效果·····	(338)
第四节	电视新闻的编排思想和编辑的工作职责·····	(341)
第十章	电视新闻的回顾与前瞻·····	(351)
第一节	电视新闻的发展历程·····	(352)
第二节	我国电视新闻的发展趋向·····	(360)

第一章

电视新闻界说

本章提要

电视新闻随着电视广播的开始而诞生。它博采众长,在新闻媒介中异军突起,后来居上。它以神奇的魅力影响着人们的思想、行动,推动社会向前发展。要了解和研究电视新闻,首先要理解电视新闻的概念和内涵。因此,本章对电视新闻的概念进行了界定的分析,尤其是对现代电视新闻观念的确立进行了充分的论述。新闻观念的更新,已经或者正在成为新闻界的共识。

第一节 电视新闻概念

电视新闻随着电视广播的开始而诞生。它以现代电子技术为传播手段，又从报刊、杂志、广播、电影等其他传播工具那里继承了制作、传播的方法、技巧。它博采众长，汇集众家之精华，以声、画形象发挥了独家的优势，在新闻媒介中异军突起，后来居上。它使人们能不出家门“目睹”天下事，它沟通了上下左右的情况，促成社会各界对某类问题的共识。电视新闻的卫星传播，更缩短了地区与地区、国家与国家之间的距离，使全球同为一个“村庄”。电视新闻是“地球村”居民相互了解的最快速、最有吸引力的信息通道。它以神奇的魅力影响着人们的思想、行动，推动着社会的发展。

一、概念的表述

搞清楚电视新闻的概念，是研究电视新闻的前提。

在给电视新闻下定义之前，我们回顾一下十几年来稍具代表性的概念表述。这些有代表性的概念是：

1. 刘洪斌 1985 年提出的：电视新闻是一种报道消息的形式，是通过无线电波传递图像和声音，观众通过电视荧光屏收看的一种形象新闻。^①

2. 任远 1986 年提出的：电视新闻是利用电视传播工具对新

^① 刘洪斌编著《电视录像与编导》，吉林大学出版社，1985 年版。

近发生或出现的事实进行的报道。^①

3. 庞啸 1987 年提出的：电视新闻是电视台传播的新近或正在发生的事实的信息。^②

4. 《广播电视简明辞典》中提出的：以现代电子技术为传播手段，以图像、声音文字为符号，对新近发生的事实所作的报道。电视新闻是电视各种新闻报道形式的总称。^③

5. 何光先 1988 年提出的：电视新闻是以电视荧光屏幕的图像与口头解说相配合为手段的新闻报道。^④

6. 黄匡宇 1990 年提出的：电视新闻，是借助电视传播的视听符号，对变动的事实的及时报道。^⑤

7. 赵玉明等 1995 年提出的：电视新闻是以电子技术为采编手段，运用图像、声音、文字等信息符号，对新近发生、发现、或正在发生的事实的报道。^⑥

以上七种对电视新闻的论说，反映了人们从不同角度去观察、识别电视新闻这个复杂的概念。这些定义是比较客观的、适用的，对我们理解电视新闻这个概念是有帮助的。但我们更倾向于《电视新闻分类与界定》一书中对电视新闻所下的定义，它立足于概括电视新闻的共性与个性，更具规范性和科学性。1990 年 7 月，由中国广播电视学会电视学研究委员会和中央电视台研究室牵头，组织电视新闻理论工作者和实践工作者，根据电视新闻的实践发展，对电视新闻进行了科学的分类和界定，并经过多

① 任远著《电视编导基础》，海洋出版社，1986 年版。

② 中央电视台研究室编《电视业务》，1978（2）。

③ 北京广播学院编纂《广播电视简明辞典》，见北京广播学院学报，1988（2）。

④ 何光先著《现代新闻学》，云南教育出版社，1988 年版。

⑤ 黄匡宇《电视新闻学》，华东师范大学出版社，1990 年版。

⑥ 赵玉明等主编《中外广播电视百科全书》，中国广播电视出版社，1995 年版。

次认真修改、探讨，对电视新闻规定了如下的定义：

“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。”

二、概念的说明

关于电视新闻的界定曾有过种种论说，上述定义的确立，是立足于概括其共性与个性。列宁说：“所有的定义都是有条件的、相对的定义，永远也不能包括充分发展的各方面的联系。”新闻事业和其他事业一样处在发展之中，它又总是受到事物目前达到的认识的局限。定义在文字上要求简练、有概括力，不可能在有限文字内做到方方面面的周详说明。因此，在对它作界定时，有必要对定义的内涵、外延作充分的展开说明。

定义的前两个短句，是定语从句。“以现代电子技术为传播手段，以声音、画面为传播符号”，是界定电视新闻与报纸、广播、新闻电影的不同的个性。前一句，说明电视新闻与广播一样，同属电子媒介，以区分于印刷媒介的不同。后一句是在电子媒介中区别它和广播的不同。广播是以声音为传播符号，电视则是以声音和画面、视听双通道来传播信息。这种独特的传播符号，才使电视新闻具有个性化的传播特点与优势。

“新近或正在发生、发现的事实的报道”，是对电视新闻作为新闻共性的界定。

新闻从诞生以来，有关的定义界说也是纷纭繁多。国外曾有记者戏说：“有一百个记者就有一百种新闻的定义。”以至于有学者感叹，在今天要给新闻下定义，如当年美国第一份报纸诞生时给新闻下定义一样困难。新闻事业本身的发展，报道内容、作用也在扩展，已突破了早期的要闻简讯报道。正如列宁所说，所有定义都是有条件、相对的。在我国，陆定一同志在延安时期说：

“新闻的定义，就是对新近发生事实的报道”，已成为新闻界约定俗成的规范语言，也被群众所普遍认可。这一定义与美国新闻学者约斯特的“新闻是已经发生或正在发生的事情的报道”都是强调事实是新闻的本质，是第一性的；新闻是事实的报道，是第二性的。定义也突出了新闻“新”的特点，它是新近发生的事实报道，而不是“旧闻”，不是“历史”。这一界定，对新闻的本质属性的确立和概括也是简洁、准确的。电视新闻的定义，是在陆定一同志关于新闻的定义基础上，又根据现代电子技术提供给电视新闻的条件特点，从电视新闻本身的发展，题材的扩大而作了“正在”和“发现”的补充。

1. 正在

电子摄录系统（ENG）是记者在新闻事件现场，随着事态发生、发展而作同步的现场报道。卫星传送，即使远隔大洋的新闻报道也可以做到现场直播，观众看到的新闻现场与事态本身是同步的。电视新闻实践，特别是美国有线电视电缆电视新闻网（CNN）的同步报道，使人们惊叹电视新闻改变了新闻的时效。日本新闻学家说电视新闻已使新闻的时效由“TNT”，变成“NNN”，也即是由“今天的新闻今天报道”变成“现在的新闻现在报道”。所以在定义上要强化“新近或正在”的概念。

电视通过卫星传送新闻，又可以 24 小时不间断地传送，使它可以做到完全意义上的同步报道。即：事件发生和报道是同步的，报道和传播是同步的。只要观众同时也在收看电视节目，那么看到的是新闻事件发生、发展的现场情况，真如“身临其境”，目睹、参与了事件。

报道、传播、接收的同时，实现了报道的真正同步。这种即时性的同步报道是报纸所不能实现的。广播可以做到时效上的同步，但它缺少图像，而电视新闻作为形象传播在时效上的优势超过任何新闻媒介。

2. 发现

发现有多重含义。一是指过去发生的事今天的发现，如文物考古的新发现等等。这一发现通常和某一新闻事件联系在一起。我国地下文物宝库陕西省，近几年文物发现都是在农田水利基本建设或某一建设工程破土动工等活动中得到的。

发现另一重含义也是现代新闻报道中特别需要强调的是指新的观点，新的见解的发现。

新闻报道随着时代的前进而发展，报道题材面在不断扩大，报道内容也在深化，今天的电视新闻不仅以形象化优势，以时效之快取胜，同样具有思想深度，更有大量的题材是对群众所关心的社会问题、社会现象的探讨。作为问题、现象本身已不是“刚刚发生”的新鲜事，而报道则是“新”的，新在“发现”上，新在传播的新观点、见解上。电视新闻深度报道的崛起，增强了新闻报道的理性思辩色彩。今天新闻的内涵、外延已经扩展，由纯客观事实报道扩展到有新意的思想、观点的传播。因此，在给电视新闻下定义时，要强调“发生、发现的事实的报道”。

第二节 构建现代电视新闻观念

新闻是社会的一面镜子，新闻伴随世界进步而发展。

一、延伸传统的“新闻”定义是现代电视新闻观念的逻辑起点

新闻是对新近发生的事实的报道。(陆定一)

倘若一个国家是一条航行在大海上的船，新闻记者就是船头的瞭望者。它要在一望无际的海面上观察一切，审视海上的不测风云和浅滩暗礁，并及时发出警告。（约瑟夫·普利策 Joseph Pulitzer）

时代进步的步伐在加快，今天如果你不思考未来，那么，明天你将生活在过去。中国的电视新闻正面临世纪性的挑战。科学使幻想变为现实，科学创造电视，使地球变小。人们不再满足了解过去发生什么，而是渴望知道世界正在发生什么，还将要发生什么。电视新闻中新闻的定义应该延伸为：“对正在发生的事实的报道、对新近发生的事实的报道和已经发生或客观存在但不为人们所认识的事实的报道。”

当以中国的、世界的眼光，以历史的、未来的视角来看待一件事情，就很容易认清什么是新闻，什么正在成为新闻，什么将会成为新闻。快速发展变化的时代是受众对信息需求加大，需求更高，不再满足电视对他们填鸭式的灌输。受众强烈的参与意识逼迫电视人重新选择报道方式。应充分认识和领会“电视是对新近或正在发生的事实的报道”这个定义的含义：“新近”不等于“明日黄花”式的报道；而“正在发生的事实的报道”更加符合电视新闻的本质。电视新闻要大量增加正在进行时的消息报道，尽可能让观众对新闻事件的了解与传输者站在同一起跑线上。

电视新闻相对于文字媒体而言，最大的优势是通过图像、声音、字幕等多种手段，生动全面、活灵活现地把新闻事件再现出来，还原出来。遥遥千里之外，瞬时变成了咫尺之间，人们看到了、听到了刚刚发生，甚至是正在发生的新闻事件。电视带领我们向新闻本源无限地接近，但是两者永远不会合为一体，因为“事实第一性，新闻第二性”这个规律是不可改变的。现在电视观众对新闻时效性的要求，是观看某地正在发生什么，而不是某地发生了什么。为了从时间轴线上最大限度地接近新闻本源，目

前电视新闻发展的趋势是尽可能地采用正在进行时的报道。现场直播不再是一个复杂的工程，而成为常规报道形式，让观众在新闻事件发生的同时，就看到它的发展与变化。从传输的时距上看，电视传播是受众主观接受信息时与客观新闻事件在时间上是同步的，信息衰减可以减少到最小程度，新闻的真实性无可置疑。与时间的瞬时性相比，电视在空间轴线上让观众接近新闻事件是不可能的，因为电视观众不可能真的到达新闻现场；但是电视通过声画兼备、场景直观、细节生动的优势，以强烈的现场感、参与感、溶入感吸引观众，以强烈的心理感受弥补了观众无法亲自介入的不足。时间上的同步性，空间上的接近性，现场直播通过视觉和听觉两个相对原始的通道，使大众传播在螺旋式上升中又出现一次复归，电视新闻本源的复归。生动可见的电视图像，把人际传播中的心理沟通、情感互动、归属认同等基础特色，融入到大众传播之中，把新闻的客观真实性提高到一个新的层面。

对重大事件在第一时效做现场同步报道，这是电视新闻发展中不可逆转的趋势。今后各类现场新闻报道将成为电视台的“家常便饭”，能否打好“直播战”也成为检验电视队伍的重要标尺。中国电视新闻改革一项重大举措就是电视新闻直播报道的常规化，直播报道应变成日常新闻报道的常态形式。在电视传播迅猛发展的今天，得到某一新闻事件的电视直播信号已属正常操作，这种报道从本质上属转播性质。世界权威电视媒体衡量你的报道是否权威，关键看你的记者是否在新闻事件的现场。记者在现场直接报道本身就是媒体权威的体现。电视人应树立现代意识，强化记者现场报道，展示媒体自己的形象，而不是当二传手组合转发别人的报道。

追求新闻事件的现场同步报道，扩充单位时间内的新闻信息含量，满足观众的现场同步的感受和参与，铸就了现代电视新闻

的基本特征。

二、研究和了解受众是现代电视新闻观念取向的基础

现代社会发展步伐的加快，信息技术的迅猛发展，“电视”这两个字的意义已远不是电视机刚刚在中国普及时人们所感觉到的电视，电视新闻也远非人们原来习以为常的电视新闻。人们在生活中获取信息的渠道在增加，电视受众的渴望、需求都在发生变化。

计划经济时代最大的问题是产品的供应者不了解产品的需求者，电视新闻也是“同病相怜”。研究受众心理、了解受众需求应成为新闻改革的突破口。因受各种因素的影响，多年来中国的电视媒体只注重屏幕播出，漠视屏幕外传播效果，对服务的对象研究得太少，共鸣效应不理想。如果受众接受程度、传播效果问题不解决，就会像企业不了解市场需求和倾向一样，只能面临破产的厄运。所以，电视人的一个重要任务就是研究自己和受众，从而对挑战提出相应的对策，有针对性地提高节目质量，达到坚持正确舆论导向、提高舆论引导水平的目的。

竞争，空前激烈的竞争迫使有着 40 年历史的中国电视新闻，不得不冷静思考在多元化的传播环境中寻求对策。理解现代电视发展的深刻内涵，仔细研究现代受众接受信息时的特点，及时调整相关对策才能取得理想的传播效果。

1. 渴望

人们生活逐步富裕后，精神需求提高，对文化、现代科技等各种信息不是持无所谓的态度，而是将它们当作生活的组成部分。文化生活中突出的矛盾是人民群众日益增长的文化、信息需求与相对落后的传播能力之间的落差。

2. 参与

现代传播者与接受者的互动日益增强。这种互动是双向的，而不是单向的；不是一方处于主动位置，另一方处于被动地位。在以后的新闻竞争中，受众的知情权会越来越得到充分的保证，受众的表达权也将受到新闻媒体的重视。受众将得到更多的机会参与传播过程，发表意见，交流看法，形成传媒与受众良性互动。

3. 平等

平等才能产生信任。平等是受众对传播者的基本要求，记者不应是居高临下教训观众的师爷，也不是裁判或法官，而应当与观众平等交流。记者的职能是报道者，将客观事件真实全面地传递给观众，让观众接受信息后通过自己的思考作出评判。

4. 求深

现实世界日趋纷繁复杂，观众对媒体选择余地的增加要求电视新闻报道有深度。过去那种单一、浅薄、孤立交待式的报道已不能满足受众的需求，新闻应增加对事件起因、结果、背景及相关连锁效应的深度报道。

5. 选择

多通道、远距离、正在进行时的传输已经成为现实并日益普及，大量专业频道的出现使收视竞争日趋白热化，同时也给受众选择适合自己需求的媒体提供了方便。在我国，到目前为止，有大大小小的电视台 3 000 多座，无线电视、有线电视、卫星电视形成了分庭抗礼的态势，争夺着有限的频道资源和观众群。传播的竞争已经没有楚河汉界，“中”字号电视传媒不再是中央电视台的独有。电视受众面对几十、上百个频道，选择余地大大增加。这就如同由卖方市场转到了买方市场，竞争的残酷可见一斑。任何一个媒体不尊重观众的这种“选择”就没有出路。

三、注重现代科技的应用是现代电视新闻观念的一大特色

同其他媒介相比，电视传播的科技含量是最高的。电视传媒的两大拳头产品是新闻节目和娱乐节目。传媒大亨默多克甚至断言：一个没有新闻节目的电视台毫无价值！目前世界各大电视台都以最先进的装备来武装新闻采编播部门。离开现代化的技术装备就谈不上现代化的电视新闻。不断将先进技术应用于电视新闻的采编和传输，本身就是电视新闻不断现代化的过程。

新闻事件发生的时间、地点难以预测；重大新闻事件的影响范围不仅涉及到国内，而且涉及到全世界。因此装备现代化新闻采访设备，非常重要的一点就是为了应付任何突发性事件，要让记者能从众多、复杂的信息中整理和编辑出可靠、准确的即时新闻，并以第一时间迅速播送出去。

现在电视新闻工作以电子新闻采集 ENG 方法为主（ENG：ELECTRONIC NEWS GATHERING），这是多数电视新闻、电视纪录片采用的传统工作方式。除此之外，新颖的卫星新闻采集系统 SNG（SNG：SATELLITE NEWS GATHERING）正在世界各地得到应用。这种系统是在可移动运载转播车上安装了小型地面卫星发射站装置。卫星新闻采集车能够在它到达的短时间内播出新闻图像。新闻车的装备包括摄像和编辑设施。它的工作效率很高，只需接通线路，调整天线，直接与卫星接通，实现即时播出。电视新闻无论是在采集上，还是在播出串联形式上，利用卫星传输手段提高节目的权威性已成为世界新闻发展的趋势。应清醒地看到，卫星传输手段已面临挑战，更加方便快捷的传输方式正在不断出现。比如利用现有的电话线传输图像已逐步进入实用阶段；随着当前“铱星”电话等先进通讯方式的普及，在世界任何地方