

Dianshi Jiemu Jiexi

☆影视传媒专业系列教材

电视节目解析

张 建 夏光富 / 编著

Yingshi Chuannmei Zhuanye Xilie Jiaocai



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

Dianshi Jiemu Jiexi



Dianshi Jiemu Jiexi

电视节目解析

张
建
夏光富
编著

周
磊
吴媛媛
蒋雨宏
参编

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

电视节目解析 / 张建, 夏光富编著. —重庆:
重庆大学出版社, 2015.4
影视传媒专业系列教材
ISBN 978-7-5624-8972-6

I. ①电… II. ①张… ②夏… III. ①电视节目制作
—高等学校—教材 IV. ①G222.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第064373号

电视节目解析

张 建 夏光富 编著

策划编辑: 雷少波 向文平 陈曦

责任编辑: 陈 力 姜 凤 版式设计: 张 晗

责任校对: 谢 芳 责任印制: 赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人: 邓晓益

社址: 重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编: 401331

电话: (023) 88617190 88617185 (中小学)

传真: (023) 88617186 88617166

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

万州日报印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 1/16 印张: 17.25 字数: 336千

2015年4月第1版 2015年4月第1次印刷

ISBN 978-7-5624-8972-6 定价: 32.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题, 本社负责调换

版权所有, 请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书, 违者必究

前言

如今中国电视已经走过了半个多世纪的历程，中国电视伴随着共和国前进的步伐，从弱到强，从小到大，从稀缺到丰富，从封闭到开放，走得光荣而辉煌。特别是最近这些年，中国电视的发展速度之快，观念更迭之迅猛，是前所未有的。风风雨雨半个世纪，培育了一代代电视人，也留下了宝贵的经验与探索。

今天中国电视节目留给大家的印象是内容丰富和形态多元。无论是央视还是湖南卫视、浙江卫视、江苏卫视、东方卫视等地方大台，新节目层出不穷。其中大多数流行电视节目是向海外购买版权然后本土化的舶来品，这本身似乎也说明了中国电视更加开放和多元化。

广播电视编导是近年新兴的一个专业，其目的是培养能掌握广播电视节目编导、策划、创作、制作等方面的专业理论、知识与技能，能在全国广播电影电视系统和文化部门从事广播电视节目编导、艺术摄影、音响设计、音响导演、撰稿、编剧、制作、社教及文艺类节目主持人等方面工作的广播电视艺术学科的高级专门人才。

广播电视媒体，尤其是电视节目的制作以编导中心制为主，在时下逐渐形成的采、编、播一体化的趋势中，编导的作用举足轻重。重庆邮电大学传媒艺术学院从2002年开始设置广播电视编导专业，距今已有13年了，是重庆市艺术招生专业考试广播电视编导专业联考点，重庆市本科高校“三特行动计划”特色专业，在中国大学本科分专业排行榜中全国排名第17位，重庆市排名第1位。目前我国出版的各类编导专业教材，大多是理论性质的，应用性的教材很少。编导专业建设的一个目标就是培养应用型人才，因此我们应根据人才培养方案中的课程设置情况，选择一批应用类课程自编教材。

广播电视编导专业《影视作品分析》课程就是一门理论与实践结合紧密的专业核心课程，在1—4学期分别开设《影视作品分析1》《影视作品分析2》《影视作品分析3》和《影视作品分析4》，其中分析1主要讲授电影理论与作品分析，分析2主要讲授电视纪录片理论与作品分析，分析3主要讲授影视音频理论与作品分析，分析4主要讲授电视节目类型、形态与节目分析。在《影视作品分析4》的多年教学工作中我们发现相关教材数量较少而且也不太合适，电视节目收视率竞争激烈，新的优秀电视节目与热点现象层出不穷，将电视节目理论与实践结合起来进行条分缕析的几乎没有，因此在教学实践中我们又不断地根据电视媒体实践情况进行《电视节目解析》讲义的编写与修订。

《电视节目解析》讲义在《影视作品分析4》课程的多年教学实践中不断丰富与完善。本着教材建设精品化、宁缺毋滥的原则，从2006级开始到2012级广播

电视编导专业共试用了6个年级,期间不断完善及增补最新的电视热点现象和热点问题,逐步对电视新闻节目、电视娱乐节目、电视文化节目、电视访谈节目、电视法制节目、电视体育节目等节目形态进行理论剖析与最新案例分析。这些节目类型、形态也是学生未来成为电视编导在工作实践中最有可能遇到的节目类型,有利于增强学生专业敏感性与就业竞争力。期间我们也完成了重庆市教委人文社科项目《电视节目研究》《电视美学研究》《和谐社会构建中的媒介生态环境建设研究》和重庆邮电大学社科基金《电视媒介中的泛娱乐化现象研究》等相关科研项目,公开发表《从传媒娱乐化趋势看和谐传播》《〈超级女声〉〈快乐男声〉的“类媒介事件”思考》《我国电视法制节目创作突破刍议》《电视新闻节目的视听构成分析》《论电视谈话节目语体的叙事特点》等相关学术论文,对《电视节目解析》讲义的完善和增补提供了重要的理论支持和学术探索。

本书是重庆邮电大学教材建设立项项目,也是一部由项目组成员集体完成的教材,书中汇集了编写团队的智慧与汗水,也凝聚着团队的学术观点。全书由张建、夏光富编著,周磊、吴媛媛、蒋雨宏参与了部分章节的编著,张建负责全书规划,撰写纲要。具体撰写分工如下:张建、夏光富撰写第一篇电视新闻节目,张建撰写第二篇电视娱乐节目,周磊撰写第三篇电视文化节目,吴媛媛、夏光富撰写第四篇电视访谈节目,张建撰写第五篇电视法制节目,蒋雨宏、郭娇撰写第六篇电视体育节目。全书由张建、夏光富负责统稿。在本书的编写工作中,我院研究生及2012级编导实验班的游尔威、李梦瑶、于爽、贾佳、陈靓子、符佳仪、李扬、谢君瑶、李天璐等同学参与了本书的文字资料搜集、整理、部分初稿编写、图片搜集等工作,对他们在成书过程中的辛勤劳动表示感谢,对重庆大学外国语学院刘行宇,《课堂内外》杂志社林雪涛提供的学术支持表示感谢,重庆大学出版社的向文平、陈曦编辑在审稿、编辑、出版中付出了大量的时间和心血,在此表示深深的谢意。

本书选择了兼具人文性和审美性,并具有开创性和标志性的优秀电视节目进行解读和分析,引导学生关注现实、关注当下,并且结合理论知识去理解电视,进而解读电视。本书在编写过程中体现出目标性、针对性、全面性和理论与实际紧密联系的特色,为相关专业的专业建设和人才培养服务。另外对于广大研究者特别是从业者及时、正确认识当前纷繁复杂的电视节目热点现象,把握动态,紧跟电视节目发展趋势也具有积极的意义。

由于编者水平有限,加上时间仓促,书中一定存在许多的不足和遗憾。另外,本书的部分图片源于网络,由于无法一一列出引用出处,在此表示歉意,真诚希望各位专家学者和广大读者不吝赐教,促使本书通过反馈、吸收、修改而日臻完善。

张 建

2015年2月24日于重庆南山黄桷垭

目 录

第1篇 电视新闻节目

第1章 电视新闻节目概述 / 2

- 第一节 电视新闻节目的概念 / 2
- 第二节 电视新闻节目的发展 / 4
- 第三节 电视新闻节目的传播特征 / 7
- 第四节 当前我国电视新闻节目中存在的一些问题 / 9

第2章 电视新闻节目的形态 / 14

- 第一节 电视新闻节目分类 / 14
- 第二节 消息类电视新闻节目 / 15
- 第三节 专题类电视新闻节目 / 19
- 第四节 评论类电视新闻节目 / 23

第3章 电视新闻节目栏目设计 / 29

- 第一节 栏目设置 / 29
- 第二节 新闻要素 / 32
- 第三节 受众定位 / 35

第4章 电视新闻节目案例分析及发展趋势 / 37

- 第一节 电视新闻节目的视听构成及发展 / 37
- 第二节 从央视《看见》栏目看公共新闻理论在我国的应用与创新 / 44
- 第三节 全媒体时代电视新闻节目发展趋势与展望 / 49

第2篇 电视娱乐节目

第5章 电视娱乐节目概述 / 56

- 第一节 电视娱乐节目的概念 / 56
- 第二节 电视娱乐节目的发展 / 59
- 第三节 电视娱乐节目的特征 / 61
- 第四节 当前我国电视娱乐节目中存在的一些问题 / 65

第6章 电视娱乐节目的形态 / 69

- 第一节 综艺表演类电视娱乐节目 / 69

- 第二节 综艺游戏类电视娱乐节目 / 71
- 第三节 益智博彩类电视娱乐节目 / 73
- 第四节 娱乐真人秀电视节目 / 75

第7章 电视娱乐节目栏目设计 / 78

- 第一节 环节设置 / 79
- 第二节 娱乐元素 / 79
- 第三节 受众心理 / 81

第8章 电视娱乐节目案例分析及发展趋势 / 84

- 第一节 《超级女声》《快乐男生》的“类媒介事件”思考 / 84
- 第二节 《中国好声音》：走向娱乐专业主义 / 91
- 第三节 从传媒娱乐化趋势看和谐传播 / 95

第3篇 电视文化节目

第9章 电视文化节目概述 / 100

- 第一节 电视文化节目的概念 / 100
- 第二节 电视文化节目的发展 / 102
- 第三节 电视文化节目的特征 / 105
- 第四节 当前我国电视文化节目中存在的一些问题 / 108

第10章 电视文化节目的形态 / 111

- 第一节 讲座类电视文化节目 / 111
- 第二节 读书类电视文化节目 / 112
- 第三节 纪实类电视文化节目 / 114
- 第四节 收藏鉴宝类电视文化节目 / 116
- 第五节 访谈类电视文化节目（文化脱口秀） / 118
- 第六节 旅游类电视文化节目 / 120
- 第七节 真人益智类电视文化节目 / 121

第11章 电视文化节目栏目设计 / 125

- 第一节 受众需求 / 125
- 第二节 节目元素 / 127
- 第三节 节目包装 / 129

第12章 电视文化节目案例分析及发展趋势 / 131

- 第一节 《百家讲坛》的成功之道 / 131
- 第二节 以文化立台的《凤凰卫视》 / 136
- 第三节 电视文化节目的发展趋势分析 / 140

第4篇 电视谈话节目

第13章 电视谈话节目概述 / 148

- 第一节 电视谈话节目的概念 / 148
- 第二节 电视谈话节目的发展 / 149
- 第三节 电视谈话节目的特征 / 152
- 第四节 当前我国电视谈话节目中存在的一些问题 / 155

第14章 电视谈话节目的形态 / 157

- 第一节 新闻时事类谈话节目 / 158
- 第二节 社教知识类谈话节目 / 161
- 第三节 综艺娱乐类谈话节目 / 163
- 第四节 行业服务类谈话节目 / 166

第15章 电视谈话节目栏目设计 / 169

- 第一节 主持人 / 169
- 第二节 话题 / 172
- 第三节 嘉宾 / 173

第16章 电视谈话节目案例分析及发展趋势 / 176

- 第一节 谈话节目语体的特殊场域与情感张力 / 176
- 第二节 从《杨澜访谈录》分析电视谈话节目成功的因素 / 180
- 第三节 电视谈话节目如何做到再发展 / 184

第5篇 电视法制节目

第17章 电视法制节目概述 / 188

- 第一节 电视法制节目的概念 / 188
- 第二节 电视法制节目的发展 / 189
- 第三节 电视法制节目的特征 / 194
- 第四节 当前我国电视法制节目中存在的一些问题 / 196

第18章 电视法制节目的形态 / 200

- 第一节 举案说法节目 / 200
- 第二节 法制纪录片 / 202
- 第三节 法制专题节目 / 203
- 第四节 法制庭审节目 / 205
- 第五节 法制资讯节目 / 207
- 第六节 法制评述类节目 / 208
- 第七节 法制谈话类节目 / 210

第19章 电视法制节目栏目设计 / 212

- 第一节 文本策划 / 212
- 第二节 节目元素 / 214
- 第三节 受众心理 / 215

第20章 电视法制节目案例分析及发展趋势 / 217

- 第一节 从《今日说法》看中国特色的电视法制节目 / 217
- 第二节 法制节目《拍案说法》的创新性 / 219
- 第三节 我国电视法制节目的发展趋势和展望 / 220

第6篇 电视体育节目

第21章 电视体育节目概述 / 228

- 第一节 电视体育节目的概念 / 228
- 第二节 电视体育节目的起源和发展 / 229
- 第三节 电视体育节目的特征 / 232
- 第四节 当前我国电视体育节目中存在的一些问题 / 233

第22章 电视体育节目分类 / 235

- 第一节 体育新闻资讯类节目 / 235
- 第二节 体育专题类节目 / 238
- 第三节 赛事报道类体育节目 / 241
- 第四节 体育谈话类节目 / 243
- 第五节 体育游戏竞技类节目 / 245

第23章 电视体育节目栏目设计 / 248

- 第一节 栏目策划 / 248
- 第二节 受众定位 / 250

第24章 电视体育节目的影响 / 252

- 第一节 电视体育节目对人们体育行为的影响 / 252
- 第二节 电视体育节目的舆论引导 / 254

第25章 电视体育节目案例分析及发展趋势 / 257

- 第一节 以《天下足球》为例,谈谈体育栏目如何成功 / 257
- 第二节 从《智勇大冲关》节目看电视体育节目如何创新 / 260
- 第三节 电视体育节目的创新发展趋势 / 263

参考文献 / 265

第 1 篇 电视新闻节目

第1章

电视新闻节目概述

第2章

电视新闻节目的形态

第3章

电视新闻节目栏目设计

第4章

电视新闻节目案例分析及发展趋势



第1章

电视新闻节目概述

第一节 电视新闻节目的概念

新闻作为人们日常生活中不可缺少的信息元素，在现代传媒技术不断发展与进步的今天依旧散发着它独有的魅力。不管新闻的实质是什么，目前新闻的数量越来越多，而且人们也越来越依靠电视去了解和发现这个世界正在发生的事情。电视新闻视听兼备、声画并茂的传播优势成为当代新闻传播媒介中的主力军，并以深刻而广泛的影响力成为电视节目的主力和骨干。

掌握电视新闻，首先要对什么是新闻有一个认识，牛津简明词典说：“新闻是经过报道的、新鲜有趣的消息、信息和最近发生的事情。”本·布拉德列说“新闻是历史最初的草稿”。弗里达·莫里斯认为，“新闻是那些能迅速影响我们生活的重要的事情”。我国学界、业界关于新闻的定义很多，但大多受到徐宝璜、陆定一、范长江等新闻界前辈的影响。徐宝璜认为，“新闻者，乃多数阅者所注意之最近事实也”。^[1]据此，徐宝璜的新闻定义就有了双重含义：在显性层面，它是一个操作标准，意在说明什么是新闻及如何选择，解决不必事事皆新闻的问题；在隐性层面，它是一个哲学命题，即事实是一个客观存在物，它可以被人注意从而被选择，但不可被办报之主者——编辑和记者更改、制造或歪曲，否则就不是事实，也就不是新闻。^[2]陆定一从新闻本源论述新闻事实，在《我们对于新闻学的基本观点》一文中提出“新闻的定义，就是新近发生的事

[1] 徐宝璜. 新闻学[M]. 北京：中国人民大学出版社，1994：6.

[2] 黄旦. 中国新闻传播的历史建构——对三个新闻定义的解读[J]. 新闻与传播研究，2003（1）：1.

实的报道”。^[1]陆定一在对定义的阐释中分析了事实与新闻的关系：“事实是第一性的，新闻是第二性的，事实在先，新闻在后。”^[2]范长江对新闻的定义是“新闻是广大群众欲知、应知而未知的重要事实”。“欲知”是指群众所关心的事物，这是从群众出发；“应知”则是从领导的角度考虑，群众应该知道的事物；“未知”是记者还要考虑其未知的方面和程度。^[3]关于电视新闻的概念，如同“新闻”一词的定义，仁者见仁，智者见智，如杨秉林“电视新闻是用电视作为传播媒介对新近发生或正在发生的政治事件或社会事件的报道”。^[4]黄匡宇“电视新闻是凭借电视媒体传播的新闻”。^[5]朱羽君等“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、发现的事实报道”。^[6]李岩“电视新闻是运用电视媒介对受众欲知而未知的新近事实的适时报道”。^[7]根据上述学者对电视新闻的定义，我们认为，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、发现的事实报道。这里的“正在”，即时间上两个同步：事件发生和报道的同步，报道和传播的同步。这里的“发现”具有多重含义：一是过去发生的事情现在刚刚发现，即发现还未被了解的事物；二是现代新闻报道中特别需要强调的，特指新的观点、新的见解的发现，即对已发现事物的重新解读。

由于观众收视习惯的缘故，通常又把电视新闻分为狭义和广义两种概念。狭义上的电视新闻，常常是指各级电视台的“新闻联播”等消息类的电视新闻报道；广义上的电视新闻，是指电视节目中有传播新闻信息的各种新闻节目的总称。

如今，伴随着我国现代传媒产业全媒体（指媒介信息传播采用文字、声音、影像、动画、网页等多种媒体表现手段，利用广播、电视、音像、电影、出版、报纸、杂志、网站等不同媒介形态，通过融合的广电网络、电信网络以及互联网络进行传播，最终实现用户以电视、电脑、手机等多种终端均可完成信息的融合接收，实现任何人、任何时间、任何地点、以任何终端获得任何想要的信息）的发展趋势，新闻业再次迸发其旺盛的生命力并朝向多元化、产业化的方向延展。电视新闻节目也迎来了一个崭新的发展空间，新闻在电视荧屏中演化为各种新闻节目形式，通过传递给以家庭为单位的电视终端来发挥其各种功能。本章将从概念、发展、形式特点以及发展趋势等方面全面解析电视新闻节目。

[1] 甘惜芬. 新闻学大辞典[M]. 郑州：河南人民出版社，1993：1.

[2] 陆定一. 陆定一新闻文选[M]. 北京：新华出版社，1987：2-11.

[3] 范长江. 记者工作随想[M]. 北京：新闻出版社，1981：314.

[4] 杨秉林. 电视词典[M]. 武汉：湖北辞书出版社，1989：7.

[5] 黄匡宇. 电视新闻学[M]. 上海：华东师范大学出版社，1990：25.

[6] 朱羽君，王纪言，钟大年. 中国应用电视学[M]. 北京：北京师范大学出版社，1993：152.

[7] 李岩，黄匡宇. 广播电视新闻学[M]. 北京：高等教育出版社，2010：131.

第二节 电视新闻节目的发展

电视作为人类 20 世纪最伟大的发明之一,一经诞生,便以其巨大的魔力吸引着人们,成为人们日常生活不可或缺的伴侣。1936 年 11 月 2 日,英国广播公司(BBC)在伦敦市郊亚历山大宫正式播送电视节目,宣告了电视的诞生。电视新闻也随之出现,最初的电视新闻除了有个读新闻稿的人像之外和广播新闻区别并不大。电视新闻像电影一样具有连续活动的形象画面是始于 1947 年,美国全国广播公司(NBC)和哥伦比亚广播公司(CBS)相继与电影公司合作推出了 16 毫米摄影机和胶片用于拍摄电视新闻,这种轻便的小型摄影机便于记者在新闻现场抢拍新闻画面,使电视新闻较之于报纸、广播新闻具有了更加形象化的传播优势。

电视新闻发展的根本性突破是电子新闻采摄的(Electronic News Gathering, ENG)的运用,ENG 最大的特点是摄录同步,它可以把电视记者在新闻事件现场的采访、报道,声情并茂地直接展现在观众面前。它把电视新闻记者采访、报道活动直接推上屏幕,让观众可以看到采访过程而不仅仅只是结论,把电视新闻带入一个采摄分家、声画同步的时代,使电视新闻摆脱了新闻电影的模式而拥有了自己的电视语言。ENG 最初在 20 世纪 70 年代初的美国率先运用,并很快普及到欧洲、日本等电视发达国家,ENG 的普及与推广,使电视新闻形成了人格化传播的优势。

ENG 是电视新闻采摄技术的进步,而卫星传送则从传播手段上为电视新闻提供了报纸所无法比拟的优势。卫星传播不受高山、大海的阻隔,传播速度快、范围广,实现了全世界“同时知道”的体验,把世界变成了“地球村”。

从与中国电视同时起步开始至今,我国电视新闻的发展历经半个多世纪,1958 年北京电视台的开播,标志着我国电视新闻的诞生。在这半个多世纪里,中国电视新闻完成的不仅仅是节目形态与内容上由单一到多元的转变,更是传播理念和手段上由落后到先进的跨越。从口播到录播再到直播,从电视新闻短片到电视新闻栏目再到电视新闻频道,中国电视新闻不断的改革与创新,完成了自己的一次次飞跃与升华。

经济的发展、政治的变革以及科学技术的进步都直接或间接地推动着电视新闻的发展。从技术层面上看,电视新闻传播主要是由采制、播出、传输覆盖、接收几个环节组成,电视新闻事业的发展也依赖于这些环节技术水平的提高,电视技术对电视新闻的发展至关重要,每一次技术的革新都预示着电视新闻节目的突破与飞跃。从社会历史层面上看,电视新闻节目发展历程可以说是整个社会发展变迁的见证。我国的电视新闻节目大致经历了初创、发展、完善三个主要阶段。

一、初创期（20 世纪五六十年代）

1958 年 5 月 1 日，北京电视台的成立开启了我国电视事业的发展道路。同年 5 月 15 日，北京电视台（中央电视台的前身）成立刚刚半个月就第一次播出了自办的电视新闻节目——《图片报道》，由此开始了我国电视新闻的最初形态，将新闻图片分切组合，再配以解说的新闻报道形式。

在初创期北京电视台的人员少，设备奇缺，新闻节目形式简单，采取图片加新闻的播报方式，而且时长一般在 15 分钟左右，新闻是不定期播出的。由于受到技术条件的限制，当时的新闻事件往往要延迟很多天才能被录制成新闻在电视上播出，因此时效性较差，再加上电视新闻数量少，篇幅长，选材窄，形式单一，还无法同报纸、广播新闻抗衡，所以报纸和广播在那个时期仍然是人们获取新闻的主要渠道。

这一阶段塑造了中国电视新闻的第一代模式——图片新闻、胶片新闻和口播新闻成为电视新闻的三张脸孔，严格地说，那时的新闻节目还不能叫电视新闻，只不过是形象化的记录罢了。

二、发展期（20 世纪七八十年代）

文化大革命的结束和改革开放的到来，给我国电视事业的发展带来了新的契机，中国电视新闻事业的发展也进入了黄金时期。1978 年 1 月 1 日，北京电视台创办《全国电视台新闻联播》节目，同年 5 月 1 日这档节目更名为《新闻联播》，而北京电视台也在这天更名为中央电视台，这标志着以首都为中心的全国电视新闻广播网的形成，也正是《新闻联播》的栏目化，培育了中国观众定时收看电视新闻的良好收视习惯。此后，《新闻联播》一直是中国亿万观众获知新闻的重要渠道，电视新闻的地位在我国由此确立，《新闻联播》已不再是一档单纯的新闻节目，同一年一度的春节联欢晚会一样，成为一种社会符号和表征。与此同时，我国电视新闻的第二代模式逐渐形成，新闻开始告别冗长沉闷，趋于短小，题材与社会生活相接轨。

为了在有限的时间里最大限度地增加信息量，中央电视台经过几年的努力，新闻播出的数量、频次大幅度增加。20 世纪 80 年代初，每年只播出三四千条国内新闻，到了 80 年代末增加到两万条左右。为了扩大报道面，增加信息量，中央电视台于 1980 年 4 月通过卫星收录英国维司新闻社的国际新闻，1984 年参加了亚太广播联盟 B 区和 A 区的新闻交换，又在美国、欧洲建立记者站，与国际广播联盟组织合作等，增加了国际新闻来源，拓宽了报道面，同时也把中国新闻传送到世界，扩大了中国电视的新闻影响力。

中央电视台从 1984 年起先后增办了《午间新闻》（现改名为《新闻 30 分》）、《晚间新闻》和对境外播出的《中国新闻》，除此之外，电视新闻朝着栏目多样化的趋势发展，出现了评论类节目《观察与思考》和专题类节目《专题报道》等新闻栏目。新闻时

效性也在这一阶段得到提升。据相关数据统计,1989年11月《新闻联播》播出的新闻中,当日的新闻所占比例达到了21.8%。

三、完善、成熟期(20世纪90年代至今)

1993年3月1日,中央电视台第一套节目的新闻播出频率由4次增加到13次(包括体育新闻),实现了整点播出、新闻直播和重要新闻滚动播出,并提出了一个响亮的口号——把任何一次新闻节目播出时间都作为新闻的首发窗口,以最快速度把刚刚收到的消息传送出去。这个时期中国电视新闻事业蒸蒸日上,近4亿台电视机,9亿多电视观众,天上卫星、地面微波、地下光缆交织成一张巨大的立体传播网,基本形成了以各地电视台自办新闻为点,以中央电视台新闻为主线的中国电视新闻网络体系。



图 1-1 《东方时空》

这个时期新闻节目在央视所占比重逐渐增大,1996年,央视已有了32个新闻节目。数量上增加的同时,节目形式也不断丰富和创新,更加多元化。如《东方时空》(见图1-1)的开播标志着中国“早新闻”的出现,也开启了中国电视新闻的栏目化运作时代,《东方时空》很快成为名牌栏目,具备了“新闻杂志”栏目的雏形。专题访谈类节目《焦点访谈》

和谈话类节目《实话实说》也相继在这一时期开播,《焦点访谈》作为以深度报道为主的电视新闻评论栏目,栏目定位“时事追踪报道、新闻背景分析、社会热点透视、大众话题评说”,成为中国家喻户晓的电视新闻栏目之一。1998年10月7日,朱镕基同志与《焦点访谈》记者座谈时赠言:“舆论监督,群众喉舌,政府镜鉴,改革尖兵”。《实话实说》开启了中国电视新闻的“脱口秀”时代,节目主持人通过有意识的引导,让嘉宾和现场观众就社会生活或人生经验的某一话题展开讨论,各抒己见,从而使电视变成了一个“大众话题评说”的社会舆论表达的公共场所。

20世纪90年代以后的中国电视新闻发展可谓突飞猛进,这一时期所形成的第三代模式特点为:新闻时效性凸显,题材注重社会热点,全方位报道,现场报道,追踪报道,主持人明星化成为普遍采用的手段。

如今,随着数字技术、卫星技术的发展,电视新闻的传播渠道和手段发生了翻天覆地的变化,特别是数字技术的应用,对电视新闻传播各个环节都产生了巨大的影响。在2001年的中国卫星应用大会上,国家广电总局负责人透露,2005年底前,电视的卫星传输全部实现全数字;2010年,广播影视节目制作、播出及卫星、有线传输实现数字化,地面电视基本实现数字化,数字电视接收机得到普及;到2015年全面实现数字化,最终完成模拟向数字的过渡。

随着网络技术的兴起,我国的电视新闻开始利用国际互联网进行节目的传播。1994年4月,我国正式开通了国际Internet的64 KB/s专线连接,实现了真正的TCP/IP连接,标志着中国正式加入Internet。1995年当时的邮电部也开通了面向社会公众的中国公用Internet网,我国电视新闻的传播日益走向网络化。

第三节 电视新闻节目的传播特征

电视新闻是以现代电子传播技术为传播手段,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。在电视的诸多功能中,传播新闻是其首要功能,新闻性内容渗透于电视各类节目之中。了解电视新闻的传播特性,把握电视新闻所独具的特质,是发挥电视新闻节目传播效果最大化的重要环节。

一、电视新闻节目的传播特征

电视新闻节目是通过电视媒介播报新闻的一种节目形式,其自身包含了电视媒介和新闻本身的属性特征,我们大致将电视新闻节目的传播特征分为以下六点:

(1) 传播及时。电视新闻相对其他新闻的不同之处在于传播速度快、影响面广,因而其传播的效果以及价值较大。从“信源”(新闻发生)至“信宿”(受众),视听信息传递所耗费的时间短,则实效快;反之则慢。虽然电视新闻的制作过程较广播报纸等其他媒介新闻相对复杂烦琐,但其通过电子信息技术传播到受众接收端的速度惊人,尤其是如今现场直播的运用,可以将摄制与播出同时进行,以全方位的视角给观众呈现新闻讯息。

(2) 新闻现场的真实性的。新闻现场的真实性的在突发性事件和大型群体活动的报道中易于得到最佳体现。空难、地震、火灾、洪水、车祸等都有其特定的新闻空间,空间里人物的喜怒哀乐,空间里事物发展的节奏,都有其特定的变化轨迹(过程),绝不以记者的意志为转移,更不可能介入人为加工和导演摆布的意识。^[1]特别是在“现场直播”中体现最为充分,“现场直播”保证了新闻本体的“时间、空间、事件发展”的高度统一,反映的是新闻“本体”的全部,难以出现以偏概全、以点带面等虚假、虚构的成分,是对“新闻现场的真实性的”这一特性的充分体现。

(3) 形象生动。电视新闻是利用图像与声音传播新闻信息的,电视以图像、声音、文字等符号直接作用于观众的感知器官,具有直观和形象的特点。电视记者是把具体、可视的画面形象呈现给观众,使观众能耳闻目睹,产生身临其境之感,新闻传播更具形

[1] 李岩,黄匡宇.广播电视新闻学[M].北京:高等教育出版社,2010:135.