

# 电视新闻 视听心理研究

Research on  
TV News  
Audio-Visual  
Psychology

林奇著 Lin Qi



中国传媒大学出版社

Research on  
TV News  
Audio-Visual  
Psychology

Lin Qi

电视新闻视听心理研究

林 奇 著

中国传媒大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

电视新闻视听心理研究/林奇著. —北京:中国传媒大学出版社,2013.6  
ISBN 978-7-5657-0715-5

I. ①电… II. ①林… III. ①电视新闻—视听传播—心理学—研究  
IV. ①G206.2-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 116936 号



电视新闻视听心理研究

---

作 者 林 奇  
责任编辑 李艳华  
责任印制 阳金洲  
封面制作 李 莹  
出 版 人 蔡 翔

---

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024  
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405  
网 址 <http://www.cucp.com.cn>  
经 销 全国新华书店

---

印 刷 北京中科印刷有限公司  
开 本 730mm×988mm 1/16  
印 张 17.5

版 次 2014年8月第1版 2014年8月第1次印刷

---

书 号 978-7-5657-0715-5/G·0715 定 价 58.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

# 目 录 Contents

## 绪 论 /1

一、电视新闻文本 /1

二、研究意义 /3

三、研究方法 /4

## 第 1 章 视觉基础 /8

第一节 视觉成像:人眼与照相机对比 /8

一、成像原理的相似之处 /8

二、成像原理的不同之处 /10

第二节 人眼的视觉范围 /12

一、人眼光谱灵敏度 /12

二、人眼分辨率 /12

三、空间分辨率与时间分辨率 /13

第三节 人眼的立体视觉 /14

一、单眼线索 /14

二、双眼线索 /15

三、3D 成像原理 /16

第四节 人眼的视角与镜头 /18

- 一、标准镜头 /18
- 二、广角镜头 /19
- 三、长焦镜头 /22
- 四、超焦距 /27
- 五、视觉的恒常性 /31

第五节 视觉速度 /34

- 一、视觉暂留 /34
- 二、似动现象 /37

第 2 章 听觉基础 /45

第一节 声音的一般常识 /45

- 一、声音的传播 /45
- 二、声音的响度 /46
- 三、信噪比 /51
- 四、声音的掩蔽效应 /53
- 五、声音的评价 /57

第二节 声音的三要素 /58

- 一、声强与响度 /58
- 二、声音频率与音调 /64
- 三、声音频谱与音色 /65

第三节 常见的听觉心理现象 /67

- 一、“听而不闻”、“充耳不闻” /67
- 二、幻听 /69
- 三、“听声见景” /70
- 四、声音的表情性 /72

## 第四节 次声波与超声波 /73

## 一、次声波 /73

## 二、超声波 /74

## 第 3 章 跨文本视野下的电视新闻 /77

## 第一节 电视新闻与广播新闻的视听区别 /77

## 一、电视新闻与广播新闻的视听相同点 /78

## 二、电视新闻与广播新闻的视听不同点 /79

## 三、广播新闻的声音形象化 /80

## 四、电视新闻的声画兼备 /86

## 第二节 电视新闻与报纸新闻的视听区别 /90

## 一、冷媒介与热媒介 /91

## 二、直接视听与间接视听 /92

## 三、视听与阅读 /95

## 第 4 章 电视新闻文本特色：“现在进行时” /97

## 第一节 “现在进行时”叙事与受众心理 /97

## 一、电视新闻“现在进行时”的重要性 /97

## 二、电视新闻的“观众效应” /98

## 第二节 解说语言“现在进行时”的叙事方式 /100

## 一、运用“现在时点” /100

## 二、在“现在进行时”中叙述“过去时” /102

## 三、在“现在进行时”中穿插“碎片化”的背景 /103

第三节 画面语言“现在进行时”的叙事方式 /104

- 一、用“现在进行时”的同期声叙述“过去时” /104
- 二、用“现在进行时”的寓意画面叙述“过去时” /107
- 三、用“现在进行时”的动画技术叙述“过去时” /108

第 5 章 电视新闻解说语言优劣与对策 /112

第一节 解说语言的重要性与特点 /112

- 一、解说语言的重要性 /112
- 二、解说语言的特点 /115

第二节 解说语言的叙事要点 /118

- 一、灵活穿插新闻背景 /118
- 二、描写恰到好处 /120
- 三、声画倒装 /121
- 四、突显画面的闪光点 /123
- 五、表现直观可感的形象 /126

第 6 章 电视新闻让同期声“说话” /128

第一节 同期声的内容与作用 /128

- 一、同期声的内容 /128
- 二、同期声的作用 /129

第二节 同期声的特点 /130

- 一、视听双重性 /130
- 二、真实性 /130
- 三、元叙述 /131
- 四、限知叙述视角 /133

第三节	个性语言满足受众理性诉求	/135
一、	关键时刻的同期声让人刻骨铭心	/135
二、	同期声体现人格尊严	/136
第四节	肺腑之言满足受众情感诉求	/137
一、	情感信息	/137
二、	情感共振	/138
三、	理智与情感的冲突	/139
第五节	非语言符号满足受众感知诉求	/140
一、	“大音希声”	/141
二、	“异常的片刻静寂”	/143
第六节	道出“在场”或“不在场”受众的心里话	/145
一、	“在场”与“不在场”	/146
二、	受众参与	/150
三、	认同心理与求异心理	/152
第 7 章	电视新闻画面叙事视觉优势	/156
第一节	画面的视觉震撼	/156
一、	突显朴素真实的画面	/156
二、	捕捉生动感人的细节	/157
三、	即景反应抢拍的精彩	/158
四、	叙事视角与受众视角的重合	/160
第二节	画面的连续性	/161
一、	画面语言的语法、句子行进	/162
二、	反打镜头与依轴原理	/164
三、	解说型新闻与图像型新闻	/166



第三节 视觉思维 /170

一、视觉思维的概念 /170

二、视觉思维的特征 /172

三、视觉思维的意义 /179

第四节 直觉思维 /186

一、直觉思维的概念 /186

二、直觉思维的特征 /187

三、直觉思维的意义 /190

第 8 章 电视新闻画面连续性魅力:好故事 /191

第一节 新闻故事的要素与情节 /192

一、新闻故事的要素 /192

二、新闻故事的情节 /195

第二节 受众的心理落差:新闻故事的魅力 /196

一、从纵向发展寻找转折点 /197

二、从横向发展进行对比 /197

三、突显局部或细节 /198

四、利用对比的反常 /199

五、利用声画组合 /201

六、利用音乐 /203

第三节 受众注意力的焦点:非线性情节核 /207

一、时间顺序与逻辑顺序 /208

二、决定论与非决定论 /209

三、信息的不确定性 /210

四、线性与非线性 /212

五、新闻热点与故事情节 /214

# 绪 论

## 一、电视新闻文本

文本(text)是伯明翰学派的一种分析方法。伯明翰学派认为,文本是“具有自身的物质形态、依赖其发送者或接收者、由表述性符号组成的一则信息”。追根溯源,它始于符号学或语言学,是“意义生成与交换的核心”。文本的研究方法广泛应用于符号学、结构主义、精神分析和后结构主义的理论中。新闻传播学中的“文本”,是指“一定的符号语言系统构成的新闻传播载体的表现形态,包括与报纸、广播、电视以及互联网等媒介相对应的文字、声音、图像形式的新闻传播载体的表现形态”。<sup>①</sup>只有把电视新闻看作一个系统性文本,才能全面分析电视新闻中的解说语言、同期声语言和画面语言。

### (一)电视新闻文本的概念

新闻学界一般认为,新闻是对“新近或正在发生、发现的事实的报道”。电视新闻是“以现代电子技术为传播手段,以声音、画面为

---

<sup>①</sup> 谢晖:《新闻文本学》,中国传媒大学出版社2007年版,第2页。

传播符号,对新近发生的或正在发生、发现的事实”的报道”。可见,电视新闻是以解说语言和画面语言(包括同期声语言)为主体,运用了声响、音乐等叙事手段的一种叙事文本。

电视新闻文本由文字、声音、影像三大要素构成,也就是我们常说的三种语言——解说语言、同期声语言和画面语言。

解说语言指配合画面语言、同期声语言而进行叙事的文字语言。也就是通常所说的画外声,包括解说词、画外音、旁白等。

同期声语言,或称“现场语言”,指拍摄画面所记录的各种声音。也就是通常所说的画内声,包括记者采访现场叙述、与人物的对话,以及环境的声音等。电视新闻同期声语言既有传达文字信息的功能,又有画面语言的功能。现场同期声语言包括现场拍摄中随同画面一同录下的音乐或其他声响,这些都属于画内声音。配乐或效果音响属于画外声,起到烘托背景、渲染气氛的作用。

画面语言是指纪实拍摄的镜头与镜头组接的、形象性的叙事语言,是电视有别于广播、报纸的独特优势。

过去把电视新闻文字稿作为一般文字稿处理,其理由是,虽有其“特殊性”,但“不排除文字写作的通用规则”,这样可以方便采访、文字写作与编辑的录制过程。<sup>①</sup>但是,这样写出来的电视新闻文字稿会使人们将其简单地当作“新闻作品”来理解。传统的新闻作品是一个完满的、自足的系统,其意义被固定在文字稿当中。而电视新闻文本是一个开放的、不自足的系统,需要在传者与受众之间的编码与解码过程中,形成其深层、复杂的含义。当然,也不能简单地把电视新闻的文字稿写作称为解说词的写作。电视新闻的文字稿既包括解说语言的画外音,又包括同期声语言的画内音,因此有些学者称之为“报道词”<sup>②</sup>。

把电视新闻看作一个系统性文本,有利于我们更好地处理声画之间的整体关系,解决“声画两张皮”、“声画孰重孰轻”等问题,从而进行电视新闻的传播。

① 赵淑萍:《电视采访与写作》,中国广播电视出版社1997年版,第197页。

② 张骏德:《当代广播电视新闻学》,复旦大学出版社2001年版,第114页。

## (二) 电视新闻的范畴

常见的电视新闻体裁有电视消息、连续报道与系列报道、新闻专题(包括典型报道、分析性报道、调查性报道)、电视访谈(或新闻专访)、电视新闻直播、电视新闻评论等。中国新闻奖中的分类一般有电视消息、电视评论、电视专题、电视系列、电视访谈、电视直播等。此外,常见的还有口播新闻、电视新闻特写、电视纪录片等。口播新闻、电视新闻特写属于电视消息,也有人把时长较长的电视新闻特写列入电视新闻专题。按照事件的性质,电视新闻可以分为事件性新闻和非事件性新闻。从新闻类节目来看,电视新闻包括新闻节目、新闻性专题节目和新闻性杂志节目等。

至于电视纪录片,由于其与电视新闻一样涉及“真实性”问题,有的学者把纪录片归为电视专题片。“电视专题片又叫电视纪录片或电视艺术纪录片”,“专题节目既可以表现社会问题,也可以写人物传记;既可以表现风土民俗,又可以写名胜古迹。其有三个基本特点:纪实性、参与性和艺术性。”<sup>①</sup>也有学者将其列入新闻学范畴,但又指出电视纪录片不属于新闻之列,因为纪录片可以适度使用“创作”的艺术手法,而新闻则是无法创作的。<sup>②</sup>一般创作特指艺术作品,而新闻作品必须根据事实制作。总之,学界和业界对电视纪录片的看法并不统一,本书将其作为电视新闻的一种边缘性体裁。对电视新闻的类型进行大概梳理,目的是对电视新闻有一个“狭义”到“广义”的认识过程,从整体上把握电视新闻的视听心理特点与规律。

## 二、研究意义

20世纪50年代,电视诞生,其后仅用了20年时间便赶超了报业5个世纪

---

① 李佐丰:《电视专题片声画语言结构》,北京广播学院出版社1999年版,第1页。

② 张骏德:《当代广播电视新闻学》,复旦大学出版社2001年版,第147页。

的发展、广播 30 年的历程,迅速成为影响最大、覆盖范围最广的大众传媒。在经济、信息“全球化”的今天,正如麦克卢汉所描述的“地球村”一样,人类生活逐步走向开放与融合。在全球化理论与实践的推动下,电视在欧洲、亚洲乃至全世界迅速发展,并成为主流文化。

电视新闻研究也向纵深发展,呈现出精确化、细致化的特点。以往对电视传播心理方面的研究以宏观的理论研究居多,如批判学派、经验学派等。在新闻与心理学方面,前人的研究成果主要有新闻心理学、传播心理学、受众心理、新闻写作心理学、影视心理学等。例如林之达的《传播心理学新探》<sup>①</sup>,刘京林的《新闻心理学原理》<sup>②</sup>、《大众传播心理学》<sup>③</sup>,张骏德、刘海贵的《新闻心理学》<sup>④</sup>等,都是从新闻角度论述新闻的心理现象与规律。

把新闻学、传播学研究与心理学结合,是新闻传播学领域研究的一种传统视角。但是,这种“挂钩”式结合,尤其是电视媒介的心理学研究,如果处理不好,常常出现用心理学的原理生硬地解释新闻传播的现象,或者从理论到理论,缺乏实践支撑和实践指导意义。

所以,电视新闻业界的记者、编辑,电视新闻专业的学生,常常对电视新闻视听缺乏系统了解,很难真正把握电视新闻视听心理的特点与规律。本书根据电视新闻的声画优势,从电视新闻视听文本入手,分析电视新闻视听心理的现象、特点与规律,既有微观层面的文本分析,又有宏观层面的传播心理研究,强调理论应用与新闻实践相结合。

### 三、研究方法

电视新闻是一个开放性文本,这是相对于封闭性文本而言的。其开放性一方面指在视听的声画文本里包含非语言符号等间接语言;另一方面指作为一个

---

① 林之达:《传播心理学新探》,北京大学出版社 2004 年版。

② 刘京林:《新闻心理学原理》,中国广播电视出版社 2004 年版。

③ 刘京林:《大众传播心理学》,中国传媒大学出版社 2005 年版。

④ 张骏德、刘海贵:《新闻心理学》,复旦大学出版社 2008 年版。

“可写性”文本,区别于“可读性”文本。此外,将其看作开放性文本,也有利于吸收中外新闻文本的精华。

### (一)融合横断科学研究成果

电视新闻视听心理研究涉及新闻传播理论与视听心理理论,因此需要吸收横断科学的研究成果,把电视新闻文本看作一个开放性系统,形成独特的研究对象、内容。

最主要的研究思路是,根据电视新闻传播的特点与规律,结合传者与受者的心理现象,克服“常规理论忽略了过程、进化和形态形成”等问题,利用横断科学研究成果进行跨学科研究,不仅研究“看到了什么”,更要进一步回答“为什么看到”。

### (二)采用多种研究方法

本书主要采用定量分析与定性分析相结合的方法。对视听心理最基本的因果逻辑关系,侧重采用定量分析,总结前人对视听相关自变量与因变量的实验数据。

对于一些非因果关系或者因果非等当关系的视听现象,如现象与本质关系、对比关系等,尤其是一些非线性传播过程,运用非线性理论研究方法,采用定性分析与定量分析相结合的方法,避免线性逻辑分析所产生的片面性。新闻报道文本中,结构与顺序的变化所引起的质变是比较明显的。又如,整体与部分的关系,按照线性思维是叠加的,即整体是部分相加之和;而根据非线性理论或完形理论,却是部分之和大于整体。所以,运用非线性理论分析复杂多变的事物发展状态是非常必要的。

电视新闻视听心理研究涉及人文科学与社会科学,是一门与人相关的学科。除了那些能够被转化为精确数值,或能够以具体数据的形式表现出来的经验之外,还存在着那些与人的认识过程、情感过程和意志过程相联系的经验。事物的发展变化是丰富多彩的,既是线性与非线性发展的统一,又是主体与客体、人与世界融合为—的整体存在。所以,要用以人为本的科学发展观来看待

问题和认识世界,实事求是地面对新闻事实的发生与传播,在此基础上研究电视新闻视听文本传播过程中的心理现象。要吸收每一种研究方法的可取之处,又不能超出各自的适用范围而相互替代。因此,本书所引用的相关心理实验的数据或理论成果,特别注意数据的获得过程、理论成果的逻辑起点与形成过程,以免产生“张冠李戴”的现象。

### (三)借鉴跨媒体、跨文本的研究方法

由于声画技术的发明与应用、电视画面的组合与播放技术方面的限制,电视的发展相对于电影比较滞后。早在19世纪末,无声电影就出现了。1895年12月28日,法国的卢米埃尔兄弟用“活动电影机”公映了一系列的短片《工厂的大门》、《火车到站》等。1927年9月,《爵士歌王》在华纳公司的好莱坞剧场开拍,同年10月在纽约上映,拉开了有声电影的序幕。1935年,英国广播公司第一次播出电视节目。而电视传播的研究一直到20世纪50年代才开始,早期电影理论的主要发展阶段是20世纪初到20世纪20年代中后期,也就是说,电影理论的研究比电视理论研究早三四十年。因此,在视听方面,电影研究相对来说比较成熟,电视研究应借鉴相关研究成果。

同时,电视研究还可以借鉴报纸。报纸经历了5个世纪以上的发展历程,其间接的视听传播经验相当丰富。分析报纸的视听心理,吸收其视听传播方法,也是电视新闻研究的重要一环。

本书框架大致如下:

第一章至第三章根据电视新闻文本的特点,论述其视听基础。第一章、第二章论述视觉、听觉的基础知识。第三章在跨文本视野下,论述电视新闻与广播、报纸新闻的区别。

第四章至第八章论述电视新闻的视听特点,包括电视新闻“现在进行时”的文本特色、解说语言的优劣与对策、同期声、画面叙事以及故事化等。

第九章论述电视新闻时空观,借鉴中外影视的相关理论,从而更准确地把

握电视新闻真实观、电视新闻的“即将发生时”。

这种研究构架既能体现电视新闻文本生产、传播的视听特色,又能体现其视听心理的一般特点与规律,既融合宏观的传播理论,又有电视新闻传播微观层面上的实践操作。



# 第 1 章

## 视觉基础

### 第一节 视觉成像：人眼与照相机对比

眼睛是人体观察客观事物的视觉器官，由眼球、视路和附属器官组成。眼球是视觉器官的主要部分，由角膜、虹膜和瞳孔等部分所组成。外界物体发出或反射的光线，经过眼球的角膜、瞳孔、晶状体而屈折后形成“折射光线”，再到眼球的玻璃体，在视网膜上集合成像。光线刺激视网膜细胞后形成生物电信号，从眼球经视神经传达到大脑枕叶的视中枢而形成视觉。大脑通过颅神经控制眼球运动、调节焦点，从而清晰地识别物体。

对比如照相机与人眼的结构，照相机的镜头、光圈、自动变焦镜头、胶卷、光圈的叶片，分别相当于角膜、瞳孔、眼球晶状体、视网膜和虹膜。

#### 一、成像原理的相似之处

瞳孔是眼睛虹膜中心的小圆孔，俗称“瞳仁”。它是光线进入眼