

TV News & Communication

# 电视新闻 传播

王首程◎著

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

# 电视新闻 传播

王首程◎著

书章

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

图书在版编目(CIP)数据

电视新闻传播 / 王首程著. —北京 : 中国广播电视出版社, 2010. 9

ISBN 978-7-5043-6231-5

I. ①电… II. ①王… III. ①电视新闻—研究—中国  
IV. ①G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 172043 号

电视新闻传播

王首程 著

---

责任编辑 沈楚瑾

封面设计 人文在线

责任校对 李美清

---

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtp.com.cn

电子信箱 crtp8@sina.com

---

经 销 全国各地新华书店

印 刷 北京振兴源印务有限公司

---

开 本 787毫米×1092毫米 1/16

字 数 436(千)字

印 张 20

版 次 2010年9月第1版 2010年9月第1次印刷

---

书 号 ISBN 978-7-5043-6231-5

定 价 38.00元

---

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

# 目 录

## CONTENTS

### 第一单元 走近电视新闻

第一章 走近电视 .....	2
第一节 电视的产品属性与收视特征 .....	2
一、电视是普通家用电器 .....	2
二、“全家看”是电视的基本收视模式 .....	3
三、电视新的收视模式正在开始建立 .....	4
【读一读，议一议】	
▶ 电视的发展历程 .....	8
▶ 卫星电视 .....	9
第二节 电视节目 .....	10
一、电视节目层次与类型 .....	10
二、电视节目元素 .....	12
三、电视节目传播优势 .....	15
四、电视节目功能 .....	18
五、电视节目的消极影响 .....	22
【读一读，议一议】	
▶ 电视传播符号的运用 .....	23

▶ 从电视里接受教育 .....	24
▶ 电视是罪魁祸首 .....	25
<b>第二章 走近电视新闻 .....</b>	<b>26</b>
<b>第一节 电视新闻是最重要的电视节目类型 .....</b>	<b>26</b>
一、电视新闻的基本特征 .....	26
二、电视新闻是观众参与程度最高的节目类型 .....	28
三、我国新闻媒体的性质和功能决定了电视新闻节目的价值 .....	29
四、“新闻立台”的方针强化了新闻节目的地位 .....	30
五、观众需求刺激电视台将新闻节目做大做强 .....	30
【读一读，议一议】	
▶ 从劳拉呼吁“9·11”关电视说起 .....	32
<b>第二节 电视新闻的本质特征是提供现场实证 .....</b>	<b>33</b>
一、提供现场实证是电视新闻制胜的法宝 .....	33
二、情节片断性为现场实证预留了报道框架设计空间 .....	34
三、用多种符号强化现场实证效果 .....	35
【读一读，议一议】	
▶ 中央电视台《新闻联播》2010年4月10日播出目录 .....	36
▶ 主持人涉嫌为节目策划九起命案 .....	37
<b>第三节 当代电视新闻的职能 .....</b>	<b>38</b>
一、报道新闻 .....	38
二、提供信息 .....	39
三、引导舆论 .....	39
四、监督环境 .....	40
五、传播科学知识 .....	40
六、吸引广告投放 .....	40
【读一读，议一议】	
▶ 《新闻调查》为何吸引我的眼球 .....	41
<b>第四节 当代电视新闻传播的整体发展走向 .....</b>	<b>42</b>
一、传播内容由单一走向多元 .....	42

二、节目单元由栏目走向板块 .....	43
三、播出平台由分散走向集中 .....	44
【读一读，议一议】	
▶ 我国的电视新闻节目发展史上的重大事件 .....	45

## 第二单元 电视新闻传播要素

第一章 新闻事实 .....	48
第一节 新闻事实是电视新闻传播的起点 .....	48
一、两种不同的传播观 .....	48
二、反映事实是电视新闻报道的出发点和归宿 .....	49
三、事实的复杂性与多变性使新闻传播活动充满活力与魅力 .....	50
【读一读，议一议】	
▶ 传播的基本过程 .....	51
第二节 从生活事实中发现新闻事实 .....	51
一、生活事实及其特征 .....	52
二、新闻事实及其特征 .....	52
三、电视新闻事实的价值 .....	57
【读一读，议一议】	
▶ 硬事实与软事实 .....	58
第三节 建构新闻事实 .....	59
一、价值观决定新闻事实建构 .....	59
二、媒体倾向参与新闻事实建构 .....	60
三、报道角度影响新闻事实建构 .....	63
四、报道框架为新闻事实的“单一特征”划定边界 .....	64
五、报道时机的选择 .....	65
【读一读，议一议】	
▶ 福克斯新闻台“死磕”奥巴马新政府 .....	66

<b>第二章 传播者</b> .....	68
<b>第一节 电视媒体管理者、经营者</b> .....	68
一、党管媒体 .....	68
二、政府行政管理 .....	69
三、媒体经营管理 .....	69
【读一读，议一议】	
▶ 提高舆论引导能力 .....	73
<b>第二节 电视新闻编辑、记者</b> .....	74
一、编辑、记者的身心品质 .....	74
二、编辑、记者的职业素养 .....	75
三、编辑、记者的传播能力 .....	78
【读一读，议一议】	
▶ 中国广播电视编辑记者职业道德准则 .....	81
<b>第三节 电视新闻节目播音员、主持人</b> .....	84
一、播音员、主持人是社会公众人物 .....	84
二、播音员、主持人的道德要求 .....	86
三、播音员、主持人的业务素养 .....	88
【读一读，议一议】	
▶ 中国广播电视播音员主持人职业道德准则（全文） .....	89
<b>第三章 电视新闻观众</b> .....	92
<b>第一节 电视新闻的观众意识</b> .....	92
一、观众价值观与媒体价值观 .....	93
二、媒体价值观与观众价值观的对立 .....	96
三、媒体价值观与观众价值观的和谐 .....	97
【读一读，议一议】	
▶ “魔弹”论 .....	100
<b>第二节 我国当代电视新闻观众</b> .....	100
一、不同年龄的观众 .....	100
二、不同性别的观众 .....	101

三、不同阶层的观众·····	101
四、不同地域的观众·····	103
【读一读，议一议】	
▶ 《南方小记者》·····	104
<b>第三节 电视新闻观众的收视需求</b> ·····	104
一、观众的心理需求·····	104
二、观众的资讯需求·····	105
三、观众的话语表达需求·····	106
四、观众的消闲需求·····	107
【读一读，议一议】	
▶ 外国媒体的受众意识·····	108

## 第三单元 电视新闻生产

<b>第一章 电视媒体的体制</b> ·····	114
<b>第一节 体制与新闻生产组织形式</b> ·····	114
一、电视媒体的体制·····	114
二、电视新闻生产组织形式·····	115
【读一读，议一议】	
▶ 英国 BBC：经济独立模式·····	117
▶ 美国媒体：“寡头垄断模式”·····	117
<b>第二节 电视新闻生产资源配置</b> ·····	118
一、政府的力量·····	118
二、市场的力量·····	119
三、媒体的力量·····	120
【读一读，议一议】	
▶ 《广播电视管理条例》（节选）·····	123
<b>第三节 电视新闻的生产流程</b> ·····	124
一、选题策划·····	124



二、采访准备 .....	124
三、前期采访 .....	124
四、编辑制作 .....	125
【读一读，议一议】	
▶ 《凤凰早班车》一瞥 .....	125
<b>第二章 电视新闻选题策划 .....</b>	<b>126</b>
<b>第一节 新闻策划与选题策划 .....</b>	<b>126</b>
一、新闻策划不是策划新闻 .....	126
二、选题策划开启了电视新闻的新时代 .....	127
三、选题策划的几个重点 .....	128
【读一读，议一议】	
▶ 策划 .....	130
<b>第二节 选题策划要处理好三个关系 .....</b>	<b>131</b>
一、新闻与宣传的关系 .....	131
二、新闻与信息的关系 .....	132
三、经济效益与社会效益的关系 .....	133
【读一读，议一议】	
▶ 广东卫视新闻与香港无线翡翠台新闻选题比较 .....	133
<b>第三节 选题策划的程序 .....</b>	<b>135</b>
一、明确任务 .....	135
二、集思广益 .....	136
三、编制方案 .....	137
【读一读，议一议】	
▶ 中央电视台《焦点访谈》节目一览 .....	137
<b>第三章 电视新闻节目类型 .....</b>	<b>139</b>
<b>第一节 电视节目的分类思想 .....</b>	<b>139</b>
一、彰显不同节目的个性 .....	140
二、有利于节目有序生产 .....	141
三、尊重电视媒体的实践成果 .....	141

【读一读，议一议】	
▶ 美国联邦通讯委员会对电视节目的分类和定义 .....	142
<b>第二节 报道式样的分类</b> .....	143
一、符号式样 .....	143
二、结构式样 .....	144
三、时态式样 .....	149
四、体裁式样 .....	150
【读一读，议一议】	
▶ 电视新闻评论属于专题节目 .....	156
<b>第三节 报道内容的分类</b> .....	161
一、报道题材 .....	161
二、报道范围 .....	162
三、报道深度 .....	163
【读一读，议一议】	
▶ “中天之死”揭开地产中介公司行业黑幕 .....	164
<b>第四章 电视新闻采访</b> .....	169
<b>第一节 电视新闻采访的特征</b> .....	169
一、综合性特征 .....	169
二、参与性特征 .....	170
三、约束性特征 .....	170
【读一读，议一议】	
▶ 电视记者采访遭围殴 .....	171
<b>第二节 电视新闻采访的类型</b> .....	172
一、现场采访 .....	172
二、同期声采访 .....	174
三、隐性采访 .....	175
四、追随式采访 .....	177
五、其他采访类型 .....	177
【读一读，议一议】	
▶ 隐性采访的争论 .....	178

<b>第三节 电视新闻采访的要求</b> .....	179
一、做好准备 .....	179
二、抢占第一现场 .....	181
三、合理构图拍摄 .....	181
四、问出新闻信息 .....	183
五、实现声画融合 .....	185
<b>【读一读，议一议】</b>	
▶ 电视摄像的基本方式 .....	186
<b>第五章 电视新闻写作</b> .....	188
<b>第一节 电视新闻稿的类型</b> .....	188
一、画面主导，声音补充型 .....	188
二、口播主导，画面实证型 .....	190
三、声画平行型 .....	191
四、演播室播报型 .....	192
<b>【读一读，议一议】</b>	
▶ 村官犯罪的警示 .....	194
<b>第二节 电视新闻稿的写作要求</b> .....	197
一、声画对位与对立 .....	198
二、用电视的语言来写 .....	199
<b>【读一读，议一议】</b>	
▶ 一则新闻 两处硬伤 .....	202
<b>第三节 几种常用文稿写作提示</b> .....	203
一、消息稿 .....	203
二、专题报道稿 .....	205
三、新闻言论稿 .....	206
<b>【读一读，议一议】</b>	
▶ “我说你们是一群狗” .....	208
<b>第六章 电视新闻编辑</b> .....	209
<b>第一节 电视新闻编辑的职能</b> .....	209

一、电视编辑技术的进步·····	209
二、电视编辑职能的演变·····	210
【读一读，议一议】	
▶ 《广东卫视新闻》编排实例·····	213
<b>第二节 电视新闻编辑工作的原则内容</b> ·····	215
一、忠于事实·····	215
二、善于创新·····	216
三、组接符号·····	217
四、控制节奏·····	219
五、把控质量·····	220
【读一读，议一议】	
▶ 画面编辑·····	222
<b>第三节 电视新闻栏目编排</b> ·····	222
一、单条新闻的集中·····	222
二、划分板块·····	223
三、精选头条·····	224
四、编写标题·····	226
五、编写新闻提要·····	228
六、配发言论·····	229
【读一读，议一议】	
▶ 美国 ABC 电视台晚间新闻的结构模式·····	229
▶ 广东电视台卫星频道《财经在线》2008 年 8 月 8 日节目编排·····	230

## 第四单元 电视新闻播出

<b>第一章 电视新闻播出要求</b> ·····	234
<b>第一节 播出内容要求</b> ·····	234
一、多播对观众有用的新闻·····	234
二、多播对社会有益的新闻·····	238

三、多用观众喜爱的形式播报新闻 .....	241
【读一读，议一议】	
▶ 意媒体刊发戴妃临终照片 .....	242
第二节 播出技术要求 .....	242
一、一般技术要求 .....	243
二、画面质量 .....	243
三、声音质量 .....	244
四、其他技术问题 .....	245
【读一读，议一议】	
▶ 电视新闻采制传输的装备与技术 .....	245
第三节 播出安全要求 .....	249
一、严格执行播出管理制度 .....	249
二、现场直播安全 .....	251
三、演播室播出安全 .....	254
【读一读，议一议】	
▶ 关于确保各级广播电视台（站）播出安全的通知 .....	256
第二章 电视新闻播出效果优化 .....	257
第一节 播出流程编排 .....	257
一、科学性编排 .....	257
二、竞争性编排 .....	259
【读一读，议一议】	
▶ 美国三大电视网早间新闻节目特色及背景分析 .....	262
第二节 视听信号优化 .....	264
一、优化原则 .....	264
二、优化对象 .....	266
三、优化材料 .....	268
四、优化的关键程序 .....	270
【读一读，议一议】	
▶ 信号优化与 CIS 导入 .....	273

## 第五单元 电视新闻创新与发展

<b>第一章 电视新闻创新</b> .....	276
<b>第一节 电视新闻需要创新的几个理由</b> .....	276
一、科学技术改变电视 .....	276
二、新媒体持续分割传统媒体市场 .....	277
三、娱乐化倾向挑战电视新闻的主体地位 .....	278
四、单向传播导致电视观众持续流失 .....	278
【读一读，议一议】	
▶ 电视实际收视下降 .....	278
<b>第二节 新闻观念创新</b> .....	279
一、服务新闻观 .....	279
二、互动传播观 .....	280
三、记者本位观 .....	280
【读一读，议一议】	
▶ CNN 的新闻生产 .....	282
<b>第三节 新闻内容创新</b> .....	282
一、由信息到观点 .....	282
二、由单点到多点 .....	283
三、由“唱戏”到“搭台” .....	284
【读一读，议一议】	
▶ 《世界是平的》 .....	285
<b>第四节 播出形式创新</b> .....	285
一、现场直播报道 .....	286
二、说新闻与聊新闻 .....	289
三、聚合多媒体新闻 .....	290
【读一读，议一议】	
▶ 电视直播 .....	291

<b>第五节 新闻形态创新</b> .....	292
一、新闻节目形态创新的历史 .....	292
二、内容与形式的新形态 .....	293
三、传播途径的新形态 .....	294
【读一读，议一议】	
▶ 徐俐风格 .....	294
<b>第二章 新媒体与电视新闻</b> .....	296
<b>第一节 网络电视新闻</b> .....	296
一、网络电视与网络电视台 .....	296
二、登录网络看电视新闻 .....	298
三、看网络电视台播出的新闻 .....	299
【读一读，议一议】	
▶ 网络成上海大学生收看电视节目的第二大方式 .....	301
<b>第二节 移动电视新闻</b> .....	302
一、移动电视 .....	302
二、移动电视新闻 .....	303
【读一读，议一议】	
▶ 二维码技术 .....	305
<b>后 记</b> .....	306



## 第一单元

# 走近电视新闻



## 第一章

# 走近电视

### 第一节 电视的产品属性与收视特征

1936年8月，第十一届奥林匹克运动会在柏林举行，比赛实况通过电视向柏林的公众电视室和家庭作了转播，引起轰动。同年11月2日，英国广播公司（BBC）播出了第一个电视节目，坐在伦敦奥林匹克展览厅内的几百名观众，第一次看到了电视节目图像。<sup>①</sup>可见电视并不是因应家庭的需要而诞生的，却在诞生不久就和“家庭”密切联系在了一起。

#### 一、电视是普通家用电器

电视是什么？是普通的家用电器，是商场“家电部”销售的一种产品。“家电”正是电视的产品属性。当然，这里的“电视”指的就是电视机。

电视和电冰箱、洗衣机同属于家用电器，分别满足不同的家用需要——电冰箱满足家庭冷藏食品饮料的需要，洗衣机用来满足家庭快洗衣物、减轻洗衣劳累的需要，电视机则用来满足家庭获得资讯和娱乐的需要。但是和电冰箱、洗衣机所处的位置不同，电视机通常被摆放在客厅最显眼的位置，成为客厅的装饰品。在经历了机械电视、电子管电视、晶体管集成化电视的演变之后，如今数字化、超薄、纯平、液晶、大屏幕电视已经走进一般家庭的客厅。不同规格的电视甚至还是家庭财富和主人品位的象征。<sup>②</sup>

<sup>①</sup> 关于电视的诞生，还有一些不同的说法。例如说美国政府1930年8月将发明电视装置的专利证书授予了1906年8月19日出生在美国西部犹他州克里克印第安部落附近的菲罗·泰勒·范斯沃斯。此举引发了争议。美国广播公司（RCA）的费拉蒂米尔·斯福罗金甚至开始了持续多年的法律诉讼，与菲罗·范斯沃斯争夺电视发明权。

<sup>②</sup> 1958年天津生产出了我国第一台“北京”牌电视机。1960上海生产出由进口零件组装的“上海”牌电视机。1975年底，全国电视机的总量是46.3万台，到1979年也只有485万台。改革开放之后，电视机从国外成批涌入，生产流水线也开始引进，1982年，全国电视机已经达到2761万台。1984年，我国加快了彩电国产化的步伐。国家通过直接出资或信贷支持，打造出陕西彩虹、北京松下、深圳赛格日立等彩管基地，进而打造了完整的彩电工业生产体系。到2005年，全国家用电视机的数量超过了4亿台，电视人口综合覆盖率达到95.81%，城乡电视观众超过12亿。（林莉君《从黑白电视到梦幻影像》2009年7月1日 科技日报）