

上 编



· 电视新闻编辑教程 · · 电视新闻编辑教程 · · 电视新闻编辑教程 · · 电视新闻编辑教程 ·



第一章

概 述

电视新闻编辑所涉及的层面是极为丰富的。

电视新闻编辑是电视新闻节目生产过程中的一个工种。作为一名电视新闻的编辑，他的工作内容相当繁杂。

他是节目的生产者。与负责采集新闻素材的前期记者相对应，他往往被称为后期编辑，或者简称后期。作为节目的生产者，他首先要熟悉节目制作的技术：画面的剪辑、音响的运用、节目的包装与美化等；其次，他要熟悉栏目的整体运作：栏目的设置、稿件的选择、内容的编排等；最后，在新闻生产与竞争日益市场化的今天，他可能还要懂得节目的经营。

他是节目的播出者。与记者不同，编辑不仅要负责节目的生产定型，而且要负责将其播出，只有完成了播出，节目通过屏幕与观众见了面，节目的生产才算真正完成。

他是节目的把关人。在电视新闻节目生产的诸环节中，编辑参与后期的各道程序直至播出，节目通过他的手最后完成并与观众见面，对于节目的播出安全与传播质量，编辑负有最后把关的责任。

电视新闻编辑还是电视新闻节目生产过程中的一个重要环节。

电视新闻编辑是对应于前期采访拍摄的节目制作程序，它在前期采访拍摄获

得节目素材的基础上，对这些素材进行后期加工制作工作。它是一个复杂的流程，需要多工种、多种技术手段的配合。要制作出高质量的电视新闻节目，将涉及到制作设备、制作程序、制作方法、操作技能和节目要求等多方面的因素，并取决于它们之间的配合和综合。这就需要合理选择和使用一整套复杂的图像、声音、照明、图片、字幕等技术设备，研究制作工艺流程，配置不同的技术方案，以满足各种不同节目艺术构思的要求，使节目的艺术效果、构图规则、摄像、录像和特技等统一成为一个整体。

因此，电视新闻编辑是节目艺术和电视技术二者的结合。

第一节 电视新闻的传播特性

与报纸、广播新闻相比，电视新闻属于后起之秀。在其诞生后的很长一段时间里，电视新闻不可避免地受到报纸、广播新闻的影响，而忽视了自身特性的发挥。进入 20 世纪 80 年代，国内电视新闻开始逐渐摆脱报纸、广播的桎梏，显示出多通道传播“快、新、活”的特点，社会影响越来越大。特别是 20 世纪 90 年代以来，新闻直播和滚动播出，使新闻时效性大大提高。与此同时，随着频道资源的丰富、采编力量的加强，电视新闻传播的分众化特征也日益凸显，电视新闻节目的专门化程度越来越高。

电视新闻与报纸、广播新闻最根本的区别在于它是以电视为媒介的新闻。因此，电视新闻的传播既遵循新闻传播的普遍规律，又有其作为电视媒介的特性。认识这些特性并充分地发挥它们，是制作优秀电视新闻的前提。

一、时效性

新闻是易碎品，电视新闻更是如此。在新闻传播中，时效性直接影响到新闻价值的实现程度，这一点在电视新闻传播中体现得尤为明显。一方面，与报纸、广播等其他媒介相比，由于 ENG（Electronic News Gathering，电子新闻采集）设备和卫星中继技术的普及，电视新闻在传播时效上具有明显的优势，“抢时效”也就自然成为电视新闻与其他媒介新闻竞争的一个重要砝码。另一方面，在电视媒介内部，新的传播技术的普及，特别是卫星直播技术的普遍应用，使中小电视机构具备了与大机构竞争的技术平台。在传播同质化的情况下，能否抢得先机就显得异常重要，“抢时效”也就不可避免地成为电视媒介内部竞争最重要的争夺点之一。

总的来看，技术的发展已经使电视新闻的时效由“TNT”（Today News Today——今日新闻今日报）发展到“NNN”（Now News Now——现在新闻现在

报），即在新闻事件发生、发展过程中做同步报道，从而突破了新闻传播的时间、空间限制。海湾战争期间，CNN（Cable News Network，美国有线电视新闻网）对战事高频度的直播报道，充分显示了电视在时效性上的独特优势。在电视新闻界内部，不同的电视机构为了树立权威，提高节目收视率，也会利用一切手段争取时效，争取首播。目前，国内电视机构除了大量运用移动卫星地面站、卫星直播车外，有的甚至已经开始购买或者租用直升飞机进行新闻报道。

作为电视新闻的编辑，必须要有自觉的时效意识，并且懂得和善于运用电视传播手段增强时效。当然，时效性也不是要一味地抢时效，还要注意时宜性，即判断新闻是否符合当前的政策背景和传播环境。

二、现场性

由于声画记录方式的存在，电视在报道新闻时可以很方便地展示新闻现场。传播者可以将观众“带”到新闻事件的现场，将新闻事件的实况“呈现”在观众面前，由观众自己去看、去听、去观察，大大提高了新闻传播的准确性和可信度。

在电视新闻的制作中，首先要特别重视现场画面的运用，特别是一些有强烈视觉冲击力的现场画面，以及典型的现场音响、语言。能通过现场画面展示的就不用或少用解说。

其次，要强化记者的现场报道意识。与拍摄回来写好稿子由主持人播报相比，记者在现场的随机报道无论从情绪还是从现场气氛上都有更强的感染力，所以，有条件做现场报道的，记者一定要争取做现场报道。

最后，新闻报道时要尽量进入现场，即使没有拍下事件发生时的现场画面，新闻事件发生的现场也还会有很多有用的信息；如果由于客观原因实在无法进入现场，也要尽量选择靠近现场的地方做报道。比如美国“9·11”事件发生时，由于现场已被封锁，很多电视机构根本无法进入现场报道，但是有相当多的记者在报道时都选择了冒着浓烟的大楼做背景，虽然距离比较远，但是毕竟带有了现场的典型信息。

三、纪实性

与报纸、广播媒介相比，电视新闻立体化的信息传播使它能呈现给受众真实、强烈而丰富的现场信号，能够对特定时间、空间中，特定的人、事、景、物等可视形象和现场氛围以及发自现场的各种声音进行过程化的记录和传播。当具体的事物的状况展现在电视观众面前时，电视观众犹如直接在现场参与一般，能

够获得某种身临其境的体验。电视媒介正是通过这种直观可感的视听形象信息，排除人们对于事物认识的不确定性。

在电视新闻语言中，直观画面是基础。它保证电视新闻纪实性得以有效实现。前期采访获得的素材的真实生动是纪实性有效实现的前提和基础。

在这方面最有可能出现三个问题：

1. 导演摆布

表面上看，这种方法拍下来的东西也是“客观记录”，是“物质现实的复原”，有“真实感”，但是它显然违背了新闻的“真实性”。时下屏幕上“演”出来的新闻并不鲜见。甚至有的设计得就像真的一样，煞有介事。但是，在成千上万观众的严格审视下，这种有着太多巧合的“表演”再高超都难免露出破绽。一旦被观众发现，所影响的就不仅是一条新闻的真实性，而有可能是观众对整个媒体新闻传播真实性的怀疑。因此，后期编辑要有敏锐的观察力，对于这一类画面，要毫不可惜地予以剔除。

2. 补拍

现场性要求记者到新闻现场采访、摄制，把现场的情景、气氛、音响及当事人的谈话直接传递给受众。但是，有时候电视记者还做不到在新闻事件发生时同步拍摄，有相当一部分新闻需要事后去拍摄。特别是一些突发事件，事先毫无征兆，而且往往转瞬即逝，记者只有采取补拍的方法，填补图像内容的空白。需要注意的是，编辑在处理这一类画面的时候，应当有适当的交待、解释。比如大火发生，记者拍到的不是熊熊烈火，而是冒烟的残骸，这时候解说词里却在描述大火如何猛烈的场景，如果不加以说明，就会使观众产生混乱。另外，新闻画面的补拍绝不是重演，那种让当事人按照事件的原貌重新表演一次补拍出来的镜头，虽然貌似真实，但特定的气氛和情景却已无法再现，也就无法激起观众的共鸣。对于这种补拍镜头，编辑应该宁可缺画面也要舍弃。

3. 偷拍

画面具有实证作用，它所带来的客观真实感能给人以深刻的印象，这种实证作用对于批评性报道尤为重要。为了获得最真实的画面，记者经常采用偷拍的方式，这固然会给新闻增加很多真实生动的因素，但是近年来，随着偷拍技术的普及，也出现了滥用偷拍的现象。明明可以通过正常方式进行的采访也用偷拍，由此可能造成一系列伦理、法律方面的问题，这都需要编辑在处理时加以注意。

除了对前期采集的素材进行甄别，剔除其不真实、不合理的因素外，后期编辑对声画素材进行合理的组接也非常重要。编辑要挑选最富于感染力、最能表现

新闻主题的画面和声音，并在剪辑这些画面和声音的时候不破坏其真实性。这是电视新闻最终客观反映新闻事件，从而感染观众的重要保障。

四、综合性

综合性体现在如下两个方面：

1. 多种传播符号的综合运用

众所周知，电视是视听双线互补的传播媒介。与报纸、广播相比，电视拥有丰富得多的各种视听符号，足以构成多种多样的节目形态。信息经电视编码播出后，以直观具体的图像、声音、文字等符号作用于受众的多种感知器官，这种融形象、动作、声音、色彩、运动变化等视听形象于一体的传播方式具有鲜明的大众性和独特的美感。

一条关于抗洪抢险的现场报道可能是这样的：记者面对观众简要报道洪水的情况和现场抢险的情况（他身后的背景就是抗洪抢险的场景，配合他声音的是现场嘈杂的环境声），然后是现场的展示，接着是记者采访参加抗洪抢险的当事人，然后是配合现场画面的记者解说，交待现场画面所不能表现的一些背景资料。同时，后期编辑还要在画面上加一些提示性信息：地名、人名、新闻要点等，甚至在画面的一角加一幅半透明的简要地图，指示新闻发生地的地理方位。

在这则电视新闻报道里，既有影像，也有语言，还有现场音响、文字、美工示意图，这些传播符号综合在一起，对受众的多种感知器官形成刺激。

2. 多种传播通道的综合运用

传统电视的传播通道是单一的。也就是说，在某一特定时间内，一个电视频道只能传播一个新闻信息（当然这种信息可能由多种传播符号综合编码而成）。近年来，随着电视制作技术特别是数码技术的发展，一个电视频道拥有了同时传播两个以上新闻信息的能力。比如：在正常新闻播出状态下飞字幕播报重要突发事件，这在奥运会等体育报道中经常可见；采用双视窗或多视窗技术同时报道在两地或两地以上发生的事件；利用键控特技，在不改变整个画面的情况下，在画面的局部嵌入另一画面元素组成新的画面，比如在演播室谈话节目中，当表现嘉宾讲话、观众倾听时，常规手法可能是分别切换嘉宾和观众的镜头，而利用键控技术，就可以将嘉宾讲话作为主画面，观众倾听缩成小画面嵌在主画面上，同时表现双方的情状；利用色键抠像特技，将演播室主持人身后的背景换成新闻事件的现场画面，使观众既能感受到现场的实况氛围，又能透过主持人的表情、语气加深对新闻事件的认识；分割屏幕，主要空间用来进行正常的新闻报道，另有一小部分空间以字幕形式提供一些与正在播出的新闻无关的其他信息，如天气、股

市信息，或者全天重要新闻的循环简明报道等。

这些手法的运用，一方面使信息的传播更为丰富，比如演播室主持人与现场报道记者的双视窗或者多视窗对接，就能将不同空间联系在一起，同时呈现在受众面前；另一方面，最大程度地利用了电视的频道资源，使受众在单位时间内接受的信息量最大化，而且，当受众对一方面的信息不感兴趣的时候，他还可以选择看另一方面的信息而不至于马上换台。

当然，对多种传播通道的开辟要适可而止，因为受众在单位时间内的信息接受能力毕竟是有限的，信息过多，结果可能会适得其反。

五、亲近性

与报纸、广播等其他大众传播媒介相比，电视是迄今为止最适于展现人际交流的媒介。电视屏幕上传播者或者与新闻相关的人物的有声语言、体态语言（包括眼神、表情、手势、体态、服饰等等）使他们与观众之间能够产生一种特定的人际交流。

这种屏幕上的“人际交流”虽然还不是真正意义上的人际传播，但是在形态上非常接近。将人际传播的因素引入大众传播，使传播者不是以符号化而是以活生生的个体形象出现在受众面前，更能诱发观众的亲近感，从而促使他们更积极地参与到节目中来。在某种意义上，这种人际交流又是一种扩大了的人际传播，它借助大众传播强大的传播力量，在时间和空间上获得了极大的拓展，从而大大增强了影响力。

在电视节目的制作中有意识地引入人际传播，将有效地增强传播的效果。具体到新闻节目中，最重要的一点就是要强调新闻的人性化色彩，关注新闻中人的状态、人的命运，关注新闻事件对人的影响，同时尽可能多地使用新闻人物本身的语言（同期）；其次，要多使用记者的现场报道，由记者在新闻事件的现场对观众进行面对面的直接传播，这种带有人际传播色彩的方式能够给受众带来很强的现场参与感；此外，要建立节目的回馈机制，增强与受众的交流；最后，随着电视频道资源的丰富，电视新闻节目窄播化、分众化的趋势越来越明显，在栏目定位上要细致地考虑特定受众群的收视需求，塑造节目的个性化色彩。

第二节 电视新闻节目的基本元素

电视新闻节目构成元素的划分可以从微观和宏观两个层面考虑。

所谓微观层面指的是单条新闻，从这个角度分析，着重对电视新闻节目基本

传播符号的细分，无外乎两类，即：视觉形象元素和听觉形象元素。

宏观层面指的是构成一个完整的电视新闻栏目或者一个专题、一个特别节目所需要的种种要件，着重对其表现手段、传播方式的细分。

一、电视新闻节目的基本传播符号

（一）视觉元素

1. 电视画面

电视画面是由前期拍摄采集而来的新闻影像。电视画面的功能主要有：

（1）再现

影像是“现实的拷贝”，是对现实的再现。电视新闻画面的首要作用就是忠实记录新闻事件的原貌，并通过剪辑加工将这种原貌还原给电视观众。因此，在编辑画面时应当尽量选择那些最能表现事件本身要素（如时间、地点、人物、事件进程等）的画面并加以合理的剪辑。

（2）实证

电视画面因其直观性、连续性而具有很强的实证功能。特别是对于一些可能产生争议、疑问的事件、观点，典型画面经常具有无可辩驳的说服力。事实胜于雄辩，反面报道如此，正面报道也是如此。例如，批评一个城市的卫生，与其费尽口舌地描述，不如精心挑选几个表现卫生状况差的画面。不言自明，这就是画面的独特魅力。

（3）表意

蒙太奇理论认为，画面的组接可以产生新的意义。苏联电影大师爱森斯坦也认为，电影的每一个画面，将它们组合起来就可成为表意工具。电视新闻的画面同样如此，通过画面的累积、对比、关联等蒙太奇剪辑手法，可以产生出种种不同的寓意。与解说的直白相比，这种含蓄的表现手法显然更具感染力。但是也应当看到，简洁明了是电视新闻的基本要求，当蒙太奇手法的运用可能会影响到这一基本要求的时候，就要毫不犹豫地舍弃。

2. 屏幕文字

屏幕文字附属于画面，能有效弥补画面在信息传达方面的不足。屏幕文字主要有提示、补充和传递新信息三方面的功能：

（1）提示。提示功能主要由以下三种形式体现：

1) 新闻提要。在节目的开始或结束，以标题式的文字提示本档节目的重要新闻，有时候还要配合新闻的关键画面和主持人的口播，比如日本广播协会（NHK）的整点新闻、中央电视台的《新闻 30 分》等。

2) 新闻标题。这是屏幕文字最常见的形式。电视是线性传播的，很多新闻观众可能需要收看一段时间甚至完整收看以后才能明白，标题在新闻一开始时就出现，简要说明本条新闻的内容，目的就是吸引观众继续收看下去。因此，电视新闻的标题应当简单明了，便于观众迅速理解。

3) 要点提示。在新闻节目中，如果碰到一些比较复杂或者抽象的内容，可以适时地在画面上加一些文字的提示，以凝练的语言概括说明新闻的主要内容、主要观点、关键信息。比如日本的电视媒体在报道新闻时，喜欢将关键人物在画面上用文字标注出来（如人物的姓名、年龄、职业等简明信息），一些关键数字、地名也是如此。这样既醒目，又准确，而且便于观众理解和记忆，提高了信息传播的有效性。

(2) 补充。有些信息，新闻中因为篇幅或者表现的需要没有提到，但是舍弃又可能影响表达，也可以用字幕形式补充进来。比如，为了表现的需要，有的新闻只用画面而不用解说，这时候时间、地点等要素就需要字幕来补充。还有一些背景性的资料，也可以通过字幕补充进去。

(3) 传递新信息。有些刚刚收到的消息，可能不值得打断正常播出，可以用滚字幕的形式播出去。

另外，有些新闻节目在正常播出的同时，还在画面底部或一侧加上字幕条，报道一些与正在播出的新闻无关的信息，以增加单位时间信息量。比如，CNN在其新闻画面的底部滚动字幕条，将全天重要新闻（包括一些不值得打断正常播出，或者准备不足无法马上播出的新消息）以标题新闻的方式循环报道；我国台湾的一些媒体，如东森新闻台则选择在画面的左侧循环滚动字幕简明报道全天重要新闻；香港的凤凰卫视则在画面底部用字幕条提供一些天气、财经信息。

3. 图表、图形

对于一些抽象的数字、地理方位或者新闻人物、新闻事件之间复杂的关系等，光靠语言、画面和文字无法解释清楚，或者不便于观众理解，这时就需要绘制一些图表、图形来加以形象化处理。

比如，日本NHK在报道新闻时，经常在屏幕一角加上一个半透明地图，标明新闻事件发生的地理方位；要说明新闻事件或者新闻人物之间的逻辑关系，则常由主持人手拿一块图板，上面绘有关系图表，主持人手指图表一一说明。还有，我们在新闻中经常遇到的数字对比，如果绘制成柱状图或者扇形图可能就一目了然了。近年来，随着电脑特技和绘图技术的日益成熟，各种图表和图形在新闻中的运用越来越方便，编辑应当有意识地对这些手段加以充分利用。

4. 照片或者与新闻人物、新闻事件有关的实物资料

有些新闻事件，当时没有拍摄下来，显然无法通过电视画面来表现。这时候可以借助一些相关的照片或者实物资料。比如，北京电视台的一个新闻纪实节目在报道北京人民艺术剧院以下简称“人艺”成立 50 周年纪念时就通过人艺一位老艺人手中保存的人艺历次表演的节目单，生动再现了人艺 50 年的光辉历程。

（二）声音元素

电视新闻的声音元素主要包括人物同期声、环境效果声和旁白解说，少数情况下也包括音乐。

1. 人物同期声

人物同期声是指在拍摄新闻时，同步采录的人物讲话。过去我国的电视新闻存在着重解说、轻同期声的毛病，该由新闻人物讲话的地方偏偏要用解说代替。这除了观念上的原因外，也跟过去频道资源不够丰富、新闻栏目时间有限有关，因为用播音员解说比用人物同期声占用的时间少。近年来，随着这些问题的逐步解决，人物同期声越来越受到电视新闻工作者的重视，电视新闻屏幕也因此显得更加丰富多彩。人物同期声的作用主要表现在：

（1）增加新闻的真实性和权威性。重要新闻事实通过新闻人物直接面向观众讲述，未经任何转述和加工，更加真实可信，具有说服力。一些不便由记者直接表露的观点、倾向，通过人物同期声可以巧妙地表达出来。比如批评报道中经常采用这样的手法：先通过暗访掌握批评对象违法乱纪的证据，然后明访，批评对象往往说出一些冠冕堂皇的话，把这两者剪辑在一起，批评对象就自我暴露无遗。

（2）个性化的同期声语言，能够展示人物的个性化色彩。通过人物讲话时的语音、语调、体态动作，可以直接表现人物彼时彼地的思想、情感。如果由播音员转述，内容可能完全一样，但是这些丰富多彩的信息就全部损失掉了。比如中央电视台《新闻联播》曾经播出的一条新闻“空中联欢会”，报道的是国家主席江泽民一次出访圆满结束后归国途中的一段小花絮，通篇没有过多解说，只是选用了江主席演唱新疆民歌《玫瑰花》和钱其琛副总理讲笑话这两段关键的同期声，取得了很好的效果，彼时彼地的气氛、人物情绪是任何高水平的解说也无法表现的。

（3）通过同期声的追述可以表现过去的形象。对于过去发生的事件，通过当事人或目击者的讲述，适当配上一些当时的照片、实物资料、影片资料，可以在一定程度上再现当时的情景。这种手法在一些人物纪录片中被经常采用，有时也用在消息类新闻中，比如 2002 年 8 月发生在希夏邦马峰的北京大学学生山难事故，5 名大学生罹难时，并没有电视记者跟随，自然也不可能记录下来，观众对于这次山难的了解，最直接的就只有通过他们队友的追述。

2. 环境效果声

也称为实况音响或者背景声，是伴随画面一起记录下来的、发自新闻现场的各种声音。它有效地保持了空间的真实感，并且丰富了画面的信息含量。比如1997年三峡工程大江截流，中央电视台在进行直播报道时特意安排录音师专门录制截流时石块倾倒入水的声音，以增强新闻的表现力和冲击力。

3. 旁白解说

即主要通过记者或播音员的有声语言来表述新闻事件。

“日本当代电视理论家吉田直哉认为，电视：

可以描写个体而不能描写全体；

可以描写特殊而不能描写一般；

可以描写具象而不能描写抽象；

只有图像的传播会缺乏思考力，适当地加入语言，无论是和只有语言相比，还是和只有图像相比 都更能令人深思。”

电视解说的重要性就在于将画面背后的一切提示给观众。它既可以补充画面不足，增加新闻信息量，也可以深化主题，揭示画面内涵，还可以协调节目的结构，使段落与段落之间过渡自然、视觉与听觉之间衔接流畅。

在处理画面与解说的关系上，应当坚持以画面为主，能通过画面和现场实况音响（包括人物同期声）表现的就不用解说，能少用的就少用，要善于“留白”。解说词太满或者越俎代庖是电视新闻解说的大忌。

4. 音乐

电视新闻特别是消息类新闻中很少用音乐，因为音乐毕竟不是客观真实的音响，在新闻中用音乐过多难免影响新闻的真实感。电视新闻中的音乐，长期以来多在专题片渲染情绪、烘托主题时起画龙点睛的作用。近来，在消息类新闻中，一些软性题材特别是展示性题材也会用到音乐，一些新闻栏目甚至将其固定为一种模式，比如中央电视台《午夜新闻》、凤凰卫视资讯台的整点新闻在节目的最后都会让观众欣赏一两条软新闻，以画面展示为主，配乐，几乎没有解说。另外，在一些属于节目包装性质的段落，也会用到一些音乐。比如片头、片花、一些简讯或者快速扫描式的段落。像中央电视台《午夜新闻》的“午夜扫描”板块，对全天新闻进行快节奏的回顾，为了追求信息量，要回顾的新闻条数很多，在有限的时间内，各条新闻的表现形式难免单一，为了增强节目的动感，避免枯燥，这一板块使用了音乐。

总体上，新闻节目中音乐的使用要慎而又慎，少而精，如果能用新闻现场的实况音乐则更好。比如，在一部表现一位残疾人自强不息的专题片中，有一处题目的段落，画面用了太阳升起的镜头，背景音乐则是从主人公收音机里传出来的《我的太阳》。这种发自新闻现场的音乐，既满足了烘托主题的需要，又显得真实、自然。

二、电视新闻节目的构成要件

电视新闻节目的构成要件大致包括以下部分：

（一）新闻主体

新闻主体是指新闻内容的主要承载方式（或者说表现形式）。主要包括：

1. 图像新闻

指事先编辑好并配上解说的片子，这是电视新闻最传统的表现形式之一。现在也有的事先不配音，而由主持人现场配合画面做解说。

2. 口播新闻

由主持人或播音员出图像播报文字新闻稿。没有画面，以语言作为主要传播手段。包括事实的报道和言论的报道两部分。

3. 图片新闻

运用新闻摄影图片，结合文字解说进行报道。这是把报纸、杂志的图片报道引用到电视新闻中的一种方式。

4. 现场报道

杨伟光在《电视新闻分类与界定》中说：“现场报道是由电视记者在新闻事件现场面向摄像机（观众）以事件的目击者或参与者身份作口头报道。”它是最能体现和发挥电视传播特点与优势的新闻报道方式之一。

（二）辅助表现手段

1. 串联词

串联词包括三类：（1）导语；（2）开篇词和结束语；（3）单条新闻与单条新闻之间、段落与段落之间的转折、连接语。

2. 演播室

演播室是主持人活动的阵地，也是栏目风格的有机体现。

3. 道具

道具是主持人在报道新闻时用于解释、说明事实的辅助工具。

4. 节目包装

节目包装包括片头、片尾、片花、节奏音乐、栏目宣传及推广、主持人服装

及风格定位等诸多内容，是栏目整体风格的外在表现。

（三）主持人或播音员

主持人或播音员是节目内容和编辑意图的主要传达者，是栏目的代言人。

（四）特邀嘉宾

特邀嘉宾是在一些特别节目或专业问题的报道中引入的专家，依节目需要而定。

第三节 电视新闻节目的基本形态

电视新闻节目的基本形态包括以下几类：

一、消息类新闻

消息类新闻是电视新闻中数量最大的节目形态，它简洁明了，迅速地报道新闻发生、发现的事实，是电视新闻报道的尖兵。“由于它天天同观众见面，影响面广，人们习惯性地把这种狭义的电视新闻称为电视新闻。”

以消息为主体构成的新闻栏目是电视机构显示要闻总汇的主渠道，是观众了解国内外大事的主要窗口，在新闻类节目中占有重要地位。

20 世纪 90 年代以来，以中央电视台一套消息类新闻栏目的改革为代表，中国电视的消息类新闻获得了长足的进步。主要体现在：

（一）时效性

消息类新闻是电视新闻与其他媒介新闻竞争的“尖兵”，近年来，电视消息类新闻利用其传播技术的优势，在时效性上有了很大改进。

（1）愈来愈轻便易携的电子新闻采集设备（ENG）加快了新闻摄录速度，从以前笨重的背包机到现在的数码摄录设备，ENG 技术的进步给电视新闻工作带来了越来越多的便利。

（2）栏目直播化使新闻截稿时间大大延后，新闻只要在播出结束前赶到，就有可能抢发出去。以中央电视台为例，1997 年，以《新闻联播》的直播为标志，其一套全部消息类新闻栏目实现了演播室直播。

（3）卫星中继技术的普及使现场直播新闻事件日益成为常态的新闻报道手段。从重大新闻的直播到常规新闻的直播，从大型、超大型的特别节目到小型化

① 叶子、刘坚：《电视新闻》，57 页，北京，中国广播电视出版社，1997。

的直播报道，直播越来越成为电视消息类新闻一种灵活自如的报道手段。

（二）贴近性

近年来，电视消息类新闻在选题取材上越来越重视与人民群众的关系，在报道角度上越来越重视老百姓的关注点，突出群众欲知、未知、应知的内容。那些反映老百姓生活的社会新闻已成为消息类新闻中最重要的组成部分之一，像中央电视台《新闻 30 分》栏目，就以社会新闻作为其栏目的主打产品并获得成功。

（三）个性化

由于频道资源的丰富和新闻栏目的增加，电视消息类新闻在报道题材和内容上得到了极大的丰富。在此基础上，栏目的定位和分工越来越清晰，在内容上和表现形式上开始逐步向针对特定人群的“窄播”转变，栏目的个性化色彩越来越强烈。

以中央电视台一套的消息类新闻栏目为例，既有《新闻联播》、《新闻 30 分》、《晚间新闻报道》、《午夜新闻》这样以重点报道和深度见长的栏目，也有《现在播报》、滚动新闻这类以短、频、快见长的栏目；既有国内新闻栏目，也有《世界报道》、《国际时讯》这样专门的国际新闻栏目；既有综合性栏目，也有《体育新闻》这样的专业新闻栏目；在滚动新闻栏目中，还根据不同时段人群的需要有专业新闻板块，如上午 10 点的财经、下午 14 点的科技；同样是骨干新闻栏目，早间的《新闻早 8 点》、中午的《新闻 30 分》、晚上的《新闻联播》和《晚间新闻报道》、深夜的《午夜新闻》也根据时段不同而设定了主要争取的受众群体，从而在内容选择和节目编排上有针对性地侧重。

（四）规模化

随着栏目的增多，消息类新闻在报道的量上有了显著增加，一些连续性和系列性报道增强了消息类新闻的报道分量。更重要的是，在频道内部，形成了栏目的整体布局，使全天的新闻报道成为一个整体。仍以中央电视台一套消息类新闻栏目为例，经过自 20 世纪 90 年代初以来的改革，已初步形成了以早、中、晚、深夜四大时段的重点栏目为核心，以若干档滚动新闻栏目为骨架的战略布局。在全天的新闻报道中，既有合作——消息的递进和延伸，也有分工——不同的报道面、不同的报道方式，彼此配合，形成一个完整的报道体系。当然，从目前来看，这种报道体系仍然有待改进，如滚动新闻的次数还不够密集，做不到逢整点必有新闻；此外，晚间时段的栏目布局还有待调整，目前《现在播报》、《晚间新闻》、《午夜新闻》三档重点栏目挤在从 21 点到 24 点这短短 3 个小时内，从栏目定位到播出时间上都存在明显重复和冲突。但不管怎么说，目前电视消息类新闻的报道已形成了相当的规模。

二、新闻专题

新闻专题是就某一新闻题材所做的充分报道，这种报道比较详尽而且有深度。它或对新闻事实做比较详细、系统的解释和分析，或对新闻事件的发生和发展过程进行追踪报道。在时效上，它和消息最为接近，是报道刚刚发生或正在发生的事；内容上，它是消息类新闻简要报道的延伸、扩充，是较为全面、深入的报道。作为深度报道，它更注重新闻背景材料的运用，并在此基础上对事实进行分析和解释，以深入挖掘题材的内涵。

与消息类新闻的短小精悍相比，新闻专题着重体现电视新闻的深度，这是电视台体现报道水平的重要标志。一个新闻专题节目是否有深度，要看它是否进行了多侧面、多角度、多层次、立体化的报道。换句话说，“新闻专题不能简单地报道事件结果、简单地介绍事件过程、简单地进行某种是非判断、简单地传达某种结论，它要着重于过程和分析，要再现生活的复杂性和矛盾性，要展现生活的丰富性和种种出人意料又在情理之中的一些特性”^①。

一般而言，新闻专题主要有这么几类：

（一）典型报道式专题

这是新闻专题的传统题材。我国的电视新闻专题报道历来把宣传社会主义物质文明和精神文明建设中涌现出来的先进集体、先进人物、先进经验作为自己的重要任务。通过对这些具有典型意义的人或事的报道，为人们指引方向、树立榜样、提供经验或敲响警钟，以求对实际工作起到推动作用。

（二）调查式专题

调查式专题报道是就某一新闻事件，就群众关注的社会问题、社会现象进行专题的调查研究，是有分析解释、有思辨的电视深度报道。这类报道往往具有一定的情节，同时有较深刻的思想内涵。中央电视台 1996 年开办的《新闻调查》栏目就是这类节目的代表。

（三）追踪式专题

当重大事件发生，新闻以最快速度做了报道后，观众往往不满足于消息的简要介绍，他们希望对事件的来龙去脉了解更多、更细、更深一些。专题报道发挥其容量大、信息丰富的特点，可以在这方面满足观众的需要。以专题片《8·31 扫毒纪实》为例，摄制者随干警行动，跟踪记录了云南省公安厅采取的“8·31 扫毒行动”，拍摄了大量真实而生动的镜头，向观众展示了我公安干警出生入死、抓捕罪犯的全过程。这种信息量和感染力是简单的消息报道所无法企及的。

（四）综述式专题

综述报道是对某一新闻事件或问题做比较全面、系统的反映，它往往是在了解全局的基础上，对某一典型事件在全局中的位置、作用及其可能的影响、走势进行分析、预测。这种专题在电视新闻专题中非常常见。

（五）专访式专题

它是由电视记者（或主持人）对新闻人物（亲历者、目击者）或有关部门权威人士进行专题访问的专题报道，具有较强的针对性和说服力。根据专访的对象和内容的不同，又可以分为人物专访、事态性专访和观念性专访。人物专访是对新闻人物所做的专访，其新闻点在于人物本身的社会关注度和与之相关的新闻事件的社会关注度；事态性专访是就具体的某个新闻事件进行的访问，目的是使观众了解新闻事件的真相；观念性专访则是就某一个社会问题、社会现象进行的访问，其目的在于获得权威的或者有新意的见解和观点。

访谈节目是一场具有既定目标的对话，“专”是其主要特点。访谈节目成功的关键在于记者（或主持人）要设计好提问方案并根据专访的目的有效地引导谈话的进程。

三、新闻评论

电视新闻评论节目是电视台对重大的或有典型意义的新闻事件或问题所发表的言论，以表明电视台对新闻事件或问题的立场、观点。它对于社会舆论有强烈的引导性，是新闻类节目的旗帜和灵魂，代表着电视机构的新闻报道水准。在形态上，“电视评论源于报刊文体，有相当一部分样式类似于报刊评论。同时，在传播实践中也逐渐形成了诸多适应自己传播特点的节目形态和评论样式”^①。

（一）新闻评论源自报刊的评论形式

1. 本台评论和本台评论员文章

相当于报纸的社论和评论员文章，是电视评论中规格最高、最具权威性的两种形式。它直接代表媒介编辑部就当前重大事件、重大典型或重大问题发言，具有鲜明的针对性、政策性和指导性。由于历史和现实的原因，目前我国电视新闻节目中的本台评论和本台评论员文章非常少见，以中央电视台为例，遇有重大问题必须发言时多以转发《人民日报》、新华社的社论或评论员文章为主。树立重视评论的理念，培养撰写评论的人才是当前电视台必须重视的一个问题。

涂光晋：《广播电视评论学》，265页，北京，新华出版社，1998。