

高等院校新闻传播学专业教学丛书

电视采访与写作

沈慧萍 彭 华 编著

Dianshi
Caifang Yu
Xiezuozuo



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

高等院校新闻传播学专业教学丛书

Dianshi
Caifang Yu
Xiezuozuo

G222.1
0193

1526949

电视采访与写作

沈慧萍 彭华 编著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

电视采访与写作/沈慧萍 彭 华 编著. —武汉:华中科技大学出版社,2012.6
ISBN 978-7-5609-7960-1

I. 电… II. ①沈… ②彭… III. ①电视新闻-新闻采访-高等学校-教材 ②电视新闻-新闻写作-高等学校-教材 IV. G222.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 085971 号

电视采访与写作

沈慧萍 彭 华 编著

策划编辑:肖海欧

责任编辑:赵巧玲

封面设计:旻昊图文空间

责任校对:马燕红

责任监印:张正林

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)87557437

录 排:武汉楚海文化传播有限公司

印 刷:湖北通山金地印务有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:13.5 插页:2

字 数:342千字

版 次:2012年6月第1版第1次印刷

定 价:25.00元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

高等院校新闻传播学专业教学丛书编委会

主任委员:

严三九 华东师范大学

副主任委员:

陆 地 北京大学

委员:

张骏德 复旦大学

黄芝晓 复旦大学

雷跃捷 中国传媒大学

吴 飞 浙江大学

李本乾 上海交通大学

李同兴 华东师范大学

商娜红 广西大学

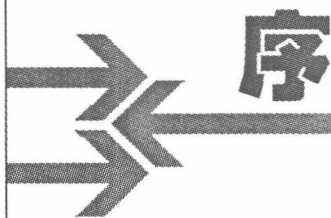
沈 荟 上海大学

姜智彬 上海外国语大学

邓长荪 南昌大学

内容提要

本书共有九章，内容主要包括电视采访概论、电视采访的准备活动、电视采访的具体实施、电视采访的特殊形式、电视写作概论、电视新闻节目的写作等内容。本书结构清晰、内容翔实，着重实践技能训练与应用能力的培养。本书可以作为新闻传播类专业教学用书，也可以作为新闻从业者的参考读物。



新闻传播媒介是社会的中介,发挥社会各阶级、阶层、团体和个人之间相互沟通的桥梁作用。国家的政策要靠它来宣传,企业的产品要靠它来推广,这种作用随着时间的推移愈发不可替代。新闻传播推动了社会的发展和进步。随着经济全球化与媒介市场竞争的加剧,新闻传播工作和新闻传播教育面临一系列的挑战和发展机遇。新闻传播教育工作者和新闻传播工作者只有对此有一个清醒的认识,并抓住机遇,主动迎接挑战,才能使新闻传播教育工作和新闻传播工作在继承优秀传统文化的基础上,不断创新,与时俱进。

近几年,我国媒体发展迅速,特别是新媒体发展更快。同时,高校新闻传播教育的规模迅速扩大,新闻学、传播学、广播电视新闻学、广告学、编辑出版学等专业成为文科最热门的专业。根据教育部新闻学科教学指导委员会掌握的数据:目前,国内有 861 所高校创办了新闻学、传播学、广播电视新闻学、广告学、编辑出版学等专业,成立新闻传播院、系的高校有 657 所,每年招收本科生、专科生近 11 万人。虽然新闻学、传播学、广播电视新闻学、广告学、编辑出版学等专业扩展快,但教科书更新却很慢,且好教科书不多,因此,急需为高校的新闻传播专业学生提供符合新媒体时代、贴近新闻传播实际的最新教科书。这套教科书正是在这样的背景下应运而生的。

本套教科书的特点是吸收当前新闻学、传播学的最新研究成果,以新媒体为新闻传播主要平台,以实务为基点阐述新闻传播的主要理论,采用大量案例,聚焦新闻传播的知识要点,注重实际训练,培养学生的基本技能,尽量做到理论通俗易懂但不肤浅,教学案例众多但有特色,紧扣新媒



体传播技术但尊重传统。

为编写本套教科书成立了编辑委员会,成员有教育部高等学校新闻学学科教学指导委员会委员,各高校新闻传播院、系分管教学的副院长、系主任和中青年骨干教师。为了提高本套教科书质量,特聘请所在领域的专家审稿。

本套教科书适合高校新闻学、传播学、广播电视新闻学、广告学、编辑出版学等专业学生和教师使用,也可供新闻传播工作者、自考考生、新闻传播爱好者等作为业务参考用书。

教育部人文社科委员会委员

复旦大学新闻学院教授、博士生导师

丁淦林

2009年12月6日

前 言

随着时代的变化、技术的革新,电视传媒的传播内容和表现手法呈现出越来越多元化、风格化和互动化的特征。但是不管电视作品发展到何种程度,采访与写作始终是整个生产流程中最基础和不可或缺的两大环节,它们质量的好坏,将直接影响到作品的传播效果。

本书充分借鉴了新闻学、传播学和电视学等多门学科的理论成果,立足于电视采访与写作的现状,注重系统性与实用性相结合,总结规律,探索发展。在体例上,按照实践活动的基本过程,本书分成两大部分:第一部分是电视采访,第二部分是电视写作。之所以这样区分,主要基于两者的关系:采访是写作的前提和基础,写作是采访的结果和归宿,两者相互结合、相互制约,是不可分割的有机整体。

本书共有九章,内容涉及电视采访与写作的各个方面,具有很强的实用价值。第一章为电视采访概论,介绍了电视采访的概念、特点;电视采访对传统采访的继承与创新;电视采访中的记者与被采访者两大主体。第二章为电视采访的准备活动,探讨了采访前的诸多准备事宜,包括采访线索的获取、采访的整体策划、采访的全面准备。第三章为电视采访的具体实施,涵盖了观察、提问、倾听、记者出镜等各种常规采访方法。第四章为电视采访的特殊形式,介绍了体验式采访、隐性采访、电话采访、网络采访等多样化的采访手段。第五章为电视写作概论,概述了电视写作的功能作用及总体要求。第六章为电视新闻节目的写作,介绍了电视新闻节目的概念、特点、功能和类别,并对消息类新闻节目、深度报道、新闻评论等各种电视新闻体裁的写作要点进行了分门别类的论述。第七章为电视访谈节目的写作,概述了电视访谈节目的概念、特点、类别及策划文案的写作技巧。第八章为电视专题节目的写作,介绍了电视专题节目的概念、特点、类别及解说词的写作要求。第九章为电视广告的写作,包括电视广告概况、特点、分类及广告创意文案、分镜头脚本的写作。

本书结构清晰、内容翔实、案例生动、贴近实际,能够紧扣电视采访与写作发展的新形势、新特点,着重实践技能训练与应用能力的培养。每章开头均有案例导读,以便读者通过案例迅速领会本章学习的重点,每节后面都配有思考与练习,帮助读者检验学习效果,提高实际应用水平。本书适用于新闻传播类专业的教学,也可以作为新闻从业者、电视从业者、广告从业者的职业教育和岗位培训教材,对于广大社会自学者来说,也是一本非常有益的参考读物。

本书由上海建桥学院新闻传播学院沈慧萍和华中师范大学武汉传媒学院彭华主编。其中,第一章、第二章、第三章、第四章、第五章、第六章、第八章由沈慧萍撰写,第七章、第九章由彭华撰写。由沈慧萍修改、统审全稿。

本书的编写得到了上海建桥学院新闻传播学院的大力支持和帮助,在此深表感谢。

由于电视传媒内涵丰富、发展迅猛,加之时间仓促、编撰者水平有限,因而对电视采访与写作的认识难免有粗陋浅显之处,恳请广大专家、读者批评与指正。

编 者

2012年2月

目录

第一章 电视采访概论	(1)
■案例导读	(1)
第一节 电视采访的含义与特点	(2)
第二节 电视采访的继承与发展	(8)
第三节 电视采访的两个主体	(12)
第二章 电视采访的准备活动	(20)
■案例导读	(20)
第一节 采访线索的有效获取	(21)
第二节 电视采访的整体策划	(25)
第三节 电视采访的全面准备	(33)
第三章 电视采访的具体实施	(38)
■案例导读	(38)
第一节 电视采访中的观察	(39)
第二节 电视采访中的提问	(46)
第三节 电视采访中的倾听	(58)
第四节 电视采访中的记者出镜	(63)
第四章 电视采访的特殊形式	(76)
■案例导读	(76)
第一节 体验式采访	(77)
第二节 隐性采访	(81)
第三节 电话采访	(85)
第四节 网络采访	(88)
第五章 电视写作概论	(93)
■案例导读	(93)



第一节 电视写作的功能与作用	(94)
第二节 电视写作的总体要求	(99)
第六章 电视新闻节目的写作	(109)
■案例导读	(109)
第一节 电视新闻节目概述	(110)
第二节 电视消息类新闻节目的写作	(114)
第三节 电视新闻深度报道的写作	(126)
第四节 电视新闻评论的写作	(134)
第七章 电视访谈节目的写作	(145)
■案例导读	(145)
第一节 电视访谈节目概述	(146)
第二节 电视访谈节目的写作	(151)
第八章 电视专题节目的写作	(163)
■案例导读	(163)
第一节 电视专题节目概述	(164)
第二节 电视专题节目的写作要点	(168)
第九章 电视广告的写作	(189)
■案例导读	(189)
第一节 电视广告概述	(190)
第二节 电视广告的写作	(195)
参考文献	(207)

■案例导读

国家体育总局副局长蔡振华于2011年底现身中央电视台《焦点访谈》节目,畅谈他主管足球工作一年的感受,以及对中国足球未来的展望。白岩松对其进行了专访。

白岩松:您是第一年分管足球工作,对今年中超感受如何?

蔡振华:今年中超在几个方面上有很大改变。比赛激烈程度、观赏性有很大改观,上座率创造历史新高。同时,我们俱乐部的赛风、赛纪在大家的努力下也有很大改观。

白岩松:反黑案件被公开后是否对我们的队伍产生了震动和思考?

蔡振华:不仅仅是足球行业,整个体系都有很大的震动。对于足球领域的“假赌黑”现象,国家体育总局第一时间推动了司法介入,同时对足协班子进行了调整,加强中层干部选派,对全国足球干部进行了教育。

白岩松:如果制度不能保障,相应的压力不能持续,那么“假赌黑”现象会不会死灰复燃?

蔡振华:我想我们还要从俱乐部建设上动脑筋,发挥俱乐部投资人和从业人员,包括裁判、球员、教练等的自律能力,改变原来中国足协单一的管理方式,管办分离是必须的,明年我们会加大管办分离的步伐。

白岩松:中国足球的发展可能要几十年,不是哪几任领导能看到政绩的。

蔡振华:一定要摒弃急功近利的思想,要改变、要谋长远利益、要有足够的信心,才能够使中国足球通过若干年努力,让我们在亚洲、在世界看到中国足球的身影。目前是困难时期,需要球迷有耐心,我们会努力,但一定要谋划好,实施好,坚定不移地走下去。

白岩松:您本人是否做好了这种准备?在还没有看到政绩的时候,您也能不着急?

蔡振华:理论上我有十年的时间,我也已经做好了这个准备,就是为中国足球事业的发展做铺路石的准备。面前可能还有更大的困难,更大的挫折,这些都不会动摇我的决心,我也坚信在党中央、国务院的领导下,在全国人民的支持下,中国足球一定大有希望。

在电视传播活动中,采访与写作构成了一个有机整体,采访是写作的前提和基础,写作是采访的结果和归宿。人们常说一个记者工作时要“七分采,三分写”,可见,采访是整个电视作品生产链条中最艰苦、最生动、最活跃,也最引人入胜的环节,它决定写作、制约报道。没有出色的电视采访,就没有精彩的电视报道。

第一节 电视采访的含义与特点

电视采访是在科技发展的大背景下逐渐形成的一种采访模式,它和报纸采访、广播采访、网络采访有哪些不同?它应该具备哪些基本元素?它会反映出哪些显著特点?让我们带着疑问一起来探讨。

一、电视采访的概念界定

采访是记者认识客观事物,探究真相,获取新闻素材而进行的一项社会调查活动。面对复杂的现实世界,记者如果要快速、及时地传播真实有效的信息,就必须进行深入采访,通过广泛的采访,不断由浅入深、去伪存真,把握全面情况。作为新闻采访的一种形式,根据朱羽君、雷蔚真在《电视采访学》一书中的表述,可以将电视采访概括为:“电视新闻工作者利用电视技术手段,为进行电视报道所进行的素材采集活动。它包括三个层面:一是拍摄,摄像机摄取声画一体的现场形象;二是记者出镜,记者出镜提问、访谈、交流等动态过程;三是画外采访,记者进行的文字、背景、资料等非形象素材的采集等”。

采访是记者的基本功,是电视作品产生的依据,是电视写作的基础。美国著名主持人丹·拉瑟曾经说过:“如果不采访,就没有资格做报道,那么我就会离开主持人的位置。”可见,无论是记者还是主持人,都需要通过采访调查,才能真正“走进”事实、了解真相,从而为观众传播有价值的信息。当然,电视采访属于新闻采访的一种,对电视记者而言,既要遵循采访的共性规律,又要注意电视媒体的特殊属性,两者结合方能取得良好的效果。那么,电视采访与普通采访究竟有何异同呢?请先看下面两则关于“胶囊公寓”的报道。

“胶囊公寓”亮相北京春季房展

“胶囊公寓”

78岁老人黄日新在北京海淀区六郎庄建造了8间“胶囊公寓”。公寓每间面积不到2 m²(长2.4 m,宽0.72 m),全部设施为一张床,一个桌子,一盏灯,各种网线、电源插孔、宽带接口外加一个防盗门。公共区有电磁炉、锅灶,月租为200~250元。黄日新是去年在报纸上偶然看到日本的“胶囊旅馆”后,萌发了自己建造“胶囊公寓”的想法。他表示建造这样的公寓不为赚钱,只想找到一种解决刚毕业外地大学生过渡房问题的办法。

本报讯 据北京青年报消息:“胶囊公寓”昨天在北京2010春季房展会现场亮相,虽然只是个模型,但这个1:1还原的“胶囊公寓”还是引起了人们的关注。对于首次在房展会上出现这样的住所,大多数人表现出好奇,但也有人认为,月租仅250元的“胶囊公寓”,是对目前高房价的讽刺。

“住在这里怎么生活?”

与房展会上铺天盖地的精美宣传单、大型沙盘、漂亮房模相比,这个矗立在媒体区的“胶

“胶囊公寓”模型显得与环境格格不入。模型由泡沫板搭成,床上铺着简单的寝具,床头像真的“胶囊公寓”一样也有小桌。基本上每个路过这里的人都会驻足一会儿,仔细观看,有的还坐进去或是躺进去体验。这个模型也引起了来采访房展会的媒体的关注,不停有照相机或是摄像机对着模型拍摄。“这真的是住的地方吗?进门就脱鞋上床,住在这里怎么生活啊?”一位来看房的市民问参展商。

看的多,租的一个也没有

参展商告诉记者,他们的网站现在已经代理了“胶囊公寓”的租住事项,把模型搬进房展会也是经过设计者黄日新老人授权。一天以来,看这个公寓模型的人非常多,连老外也来问,这是什么?但是看的多、问的多,真正想要租住的却一个也没有。大多数人还是好奇,大家都没见过这么小的住处,我们把模型放在这儿确实挺吸引眼球的。

公寓虽小,好歹也是窝

“你不觉得在这些几万一平米的商品房堆里,这个‘胶囊公寓’挺讽刺的吗?”市民裘先生对记者说。他和爱人一起来看房,在模型周围转了一圈,仔细看了关于公寓的照片后他说:“现在适合有钱人的房多,适合穷人的房少,适合那种没有积蓄、工资很低的毕业生的房子基本上就没有。这个公寓虽然这么狭小,但好歹也算个住得起的窝。”

——引自《新民晚报》

探访北京“胶囊公寓”

画 面	解 说 词
演播厅,主持人导语	房价居高不下,大学生想要租间房子确实不是件容易的事情。在北京,就有人设计了一种“胶囊公寓”,听名字就可以发现那是名副其实的“蜗居”。设计这个胶囊公寓的人,也是希望帮助刚毕业的外地大学生解决燃眉之急。
胶囊公寓内实景	胶囊公寓位于北京市海淀区六郎庄一个三层简易楼的顶层。八个胶囊公寓分配在三个房间里,房顶是铁丝网,下部横截一块铁板就是床。每间公寓长 2.4 m,宽 0.72 m,仅仅可以容纳一人转身。
采访胶囊公寓建造者黄日新	(同期声)有宽带插座、电视插座,人在里面可以躺着、坐着、卧着,还可以站起来,你看我演示给你看。我 1.65 m,站起来你看也不顶头。
胶囊公寓内实景	胶囊公寓的设计者叫黄日新,今年已经 78 岁,退休前是一位电力工程师。早在 2008 年,黄日新就有了建胶囊公寓的想法,2009 年底他看到“蚁族”的报道后,就动手建造起这个胶囊公寓,想为刚毕业的外地大学生服务。黄日新介绍在他这个胶囊公寓里,除了新浪网在这里包下三个胶囊,还有几个试住的房客。
采访大学生甲	(同期声)这个大学生是可以接受的,在北京来说确实已经很低了。
采访大学生乙	(同期声)感觉虽然有一个私人的空间,但是我看天花板上都是镂空的,可能不能起到隔音的效果,会对我的私生活有影响。
演播厅,主持人	为了建造这八个胶囊公寓,黄日新一共花了三万多元钱,而这三间房子一个月的房租是 250 元,如果还是没有人租住的话,黄日新的退休金最多只能支撑两年多时间了。目前,老黄最大的心愿就是希望自己的创意能够得到政府的支持。

——引自上海广播电视台《媒体大搜索》

上述两则报道,第一则来自报纸,第二则来自电视,都是关于“胶囊公寓”这个 2010 年出现的新名词的报道。由于媒体属性不同,呈现出来的作品状态也有异同。从共性方面看,电视采访和报纸一样,都需遵守采访活动的基本规律并运用基本方法,进行现场观察、实施采访等,如上述报纸新闻采访了参展商、普通市民,而电视新闻采访了公寓建造者、大学生。但最后对这些采访信息的处理,电视和报纸是不同的,报纸记者将事实材料以文字符号展示给读者;电视记者则将事实材料转化为画面、声音、文字,以流动的画面和声音进行传播,诉诸观众的视觉与听觉。由上述作品可见,电视采访与报纸采访相比,有一个最突出的特点便是记者的镜前采访,如黄日新老人亲自上阵推广胶囊公寓,大学生对于这一新生事物的不同看法。这种采访方式能够捕捉到特殊环境下采访对象的言行举止、精神气质,并通过镜头让观众感知,从而将记者的采访由单一的采集手段拓展为一种表现手法、一种结构方式,甚至是一种节目形态。

二、电视采访的显著特点

和其他媒体相比,电视采访具有现场性强、直观度高、信息量大等优势,能带给观众身临其境的感受。综观近年来电视行业的发展,可以看到电视采访表现出以下几个显著的特点。

1. 采集手段现代化

当前,电视采访普遍使用现代化的采集手段,电视记者如果离开电子化的采集手段,就很难记录、再现活动的素材。“工欲善其事、必先利其器”,现代电子化的采集手段是电视记者采访的必备工具,离开它们,便无法迅速地、真实地“生产”报道。就常规来看,从事电视采访首要的前提条件是配备一整套系统的采集与传送设备。随着技术的发展,电视采访的技术手段越来越复杂,为了适合不同采访的需要,电视技术人员开发出各种各样的采访手段,包括隐性采访时的笔式、针筒式、眼镜式微型摄像机;为了确保声音的采制质量和便捷性,如使用随身麦克、钓竿话筒等。而在一些大型电视现场直播采访中,往往会使用 ENG(电子新闻采集设备)或 DNG(数字化新闻采集方式)设备、SNG(卫星新闻采集)、转播切换设备等。如在 2008 年北京奥运会开幕式、2009 年国庆 60 周年大阅兵等重大活动现场,都可以看到上述高科技电子产品的身影。从一定意义上讲,从 ENG、EFP(电子现场制作)到 SNG,再到 DNG,现代电子设备的发展带动了电视采访的发展,使它呈现出的效果更便捷、更逼真、时差更短、现场感更强。可以说,现代化的采集手段是电视采访的一条腿,离开它,采访便寸步难行。

2. 符号元素多样化

电视媒体声画结合、视听兼备,使用的符号元素多种多样。一是有画面符号,包括电视画面、形象资料、照片、图表、文献等。二是有声音符号,包括解说词、同期声、画外音、音乐、音响等。三是有文字符号,包括后期制作上去的屏幕字幕、片头内容提示文字等。电视是一门视听艺术,只有协调好画面、声音、文字这三者的关系,使它们相互配合、相互支撑、相互服务,才能真正显示出电视作品的魅力。应该注意的是,符号元素的多样化必然会提高电视作品的精彩程度,作为电视记者,在采访过程中必须对各种符号元素的功能与特点了然于胸,学会灵活调度,以增强作品的感染力。

安徽沿江“屠龙记”

画 面	解 说 词
演播厅,主持人导语	生活在长江边上的安徽人,把当地的工业废气形象地比作盘在头顶的“污染龙”,为了不使“沿江经济带”成为“沿江污染带”,安徽正进行着一场转变经济发展方式的“屠龙记”。
爆破现场	(爆炸声)字幕:“安徽铜陵:炼出新中国第一炉铜水的高炉烟囱爆破现场”
规划图	在爆破的废墟上,铜陵有色总投资 5.2 亿元的贵金属和渣选矿项目宣布开工建设,代表产业发展方向的两大项目建成后,将使铜陵有色第一冶炼厂彻底甩掉环保包袱。
采访安徽铜陵有色第一冶炼厂厂长张源	(同期声)在这建一个新的更环保的冶炼厂是我们唯一的选择了。
退休干部周家其拍摄工厂场景	在企业干了一辈子宣传工作的退休干部周家其,为了给烟囱的最后一张照片找到最佳拍摄角度,几乎走遍了厂区的每个角落。
采访铜陵有色党委宣传部退休干部周家其	(同期声)围绕这个烟囱不知道拍了多少照片,70 年代初,我们为了参加省里的一次影展,我有个创意,在这两个烟囱之间拍一轮红日,旭日东升,烟囱浓烟滚滚,但等来等去等不来烟,结果没办法,我在这张底片上加上了浓烟……说明企业兴旺发达,当时的认识就是这样。
资料图片,工厂内景	按照周家其的说法,铜陵人对烟囱的认识经历了三个阶段:新中国成立初期怕“没烟囱”,建不起烟囱就不能按时投产;随后的几十年中怕烟囱“不冒烟”,不冒烟就意味着停产减产,没产量就没效益;现在最怕的就是“冒黑烟”,环保达不了标。
采访安徽铜陵有色第一冶炼厂厂长张源	(同期声)为了达标排放,每年我们有大量的环保投入,目前,已经累计投入资金 1 个多亿了,这相当于我们厂整整三年的利润,里外里算起来“冒烟”(生产)还不如“不冒烟”(停产)。
航拍城市景象,动画地图,工厂内景	在安徽的经济版图中,铜陵与安庆、芜湖、马鞍山同为沿江经济带的重点城市。它们在创造了安徽地区 42% 生产总值的同时,也成为沿江污染的主要策源地。以钢铁产业为主的马鞍山,排向空中是一条“黄龙”;水泥企业众多的芜湖,无数“灰龙”散布各地;以铜冶炼起家的铜陵,是诞生“乌龙”的地方;石化企业聚集的安庆,少不了“火龙”和废气。 随着安徽淘汰落后产能速度的加快,四条“龙”也由大变小,由浓变淡。十七大以来,安徽利用节能减排的刚性约束,确立起了产业结构调整“倒逼机制”,行政、经济和法律三大手段并举,使沿江各市的“屠龙刀”更加锋利。 如果说,铜陵消灭“乌龙”靠的是壮士断腕;那么安庆逼退“火龙”靠的则是变废为宝。
记者现场	在人们的印象中废气和食品是两样完全不相干的东西,但在这里从废气到食品只用了不到 50 m 的距离,安庆石化排放出的高浓度二氧化碳经过我身后这套装置的净化和提纯,就变成了碳酸饮料中必不可少的食品添加剂。
工厂内景	截至目前,形成“火龙”的废气,已经有 98% 得到了回收利用,围绕安庆石化打造的六条循环经济产业链也已显露雏形。
采访安庆市大观区联盟新村村民黄文章	(同期声)这个火炬一开始的时候有几十丈高,晚上照得我们全村发亮,都不需要点灯。现在你看,火也没有了,气味也没有了,我们家不点灯也不行了。

续表

画 面	解 说 词
工厂内景,城市航拍	在芜湖,“五小”清理整顿办公室已正式挂牌,20多家水泥企业进入关停黑名单;在马鞍山,安徽第一大企业马钢正朝着零排放的目标迈进;安徽沿江四市的“屠龙记”正在同步进行中。
采访安徽省经委资 源处处长李家寿	(同期声)“沿江经济带”绝不能成为“沿江污染带”,十一五期间,安徽要淘汰3100万吨落后产能,这相当于整个马鞍山市的工业产能。

——引自《安徽新闻联播》

上述作品立意新颖,选材角度独特。对安徽沿江经济带环境治理的报道,从各地烟囱明显减少的变化入手,形象地把各地冒着黄烟、白烟、黑烟、喷出火舌的烟囱比喻为“黄龙”、“白龙”、“乌龙”和“火龙”。对它们的治理,借用了金庸小说的提法,便有了沿江“屠龙记”。记者采访时,收集到各种有利于反映报道主题的细节,充分调动各类符号元素,注意运用爆破声、采访同期声等一系列背景声,做到先声夺人,又在画面上囊括了城市航拍的空镜头、工厂内的全景镜头、具有动漫效果的地图和其他相关图片资料,使画面具有很强的冲击力和艺术感染力。

3. 思维方式独特化

电视记者采访时的思维方式有别于其他媒体记者,一般都运用蒙太奇意识来把握大局、结构全篇。蒙太奇,法语 montage 的音译,原来在建筑学上有安装和构成的意思,后来法国人将其借用到电影创作中,使其成为画面剪辑与组合的代名词。电视诞生后,蒙太奇又成为电视的一种表现手段。蒙太奇意识可以说是电视记者的职业意识,应该贯穿电视作品形成的每一个环节,它诞生于节目构思时,体现于编导的分镜头脚本,完成于后期剪辑中。记者要明确电视以画面报道为主,要真正调动视觉语言的力量。首先,在采访前记者要根据画面与内容的需要来确定作品的各个组成元素。选题时,既要考虑适合画面语言的表达,又要兼顾听觉语言的功能。比如,在电视新闻体裁的选择上,要尊重蒙太奇规律,不要人为地玩弄技巧,否则会使作品看上去不伦不类。如短消息就应该谨慎使用蒙太奇,因为短消息以简明扼要、时效性强见长,只需捕捉关键性镜头和典型画面。所以要尽量使用不加剪辑的长镜头,同时保留同期声,以保证客观现实的真实性。对短消息而言,滥用蒙太奇容易使新闻事实产生歧义、增加误读。当然,在一些大型采访报道活动中,特别强调使用蒙太奇思维进行统筹安排,对结构的设计、节奏的把握、风格的确立等都要做出一定的前瞻和预测,必要时设计多种采访方案。在采访过程中,无论是采访当事人,还是拍摄相关画面,都应该充分考虑后期编辑时的需要,让视听语言更加生动流畅,富于表现力、感染力和冲击力。比如,可以选取有利位置拍摄,拍摄中根据被采访者叙述的内容不断更换景别,采访结束后马上调换机位,选择多种景别再拍一些记者与采访对象对话的场景及“反打”镜头等。总之,为了给后期剪辑预留更多素材,在采访中记者要把蒙太奇意识覆盖到构图、角度、景别、光线、拍摄手法等方方面面,从而提高作品的丰富性。

4. 工作状态团队化

电视作品不可能靠一个人来完成,它是一个“集体项目”,要凝聚各个工种、部门的力量,电视采访也不例外,必须齐心协力、协同合作。团队合作是一种为达到既定目标所显现出来的自愿合作和共同努力的精神。它可以调动团队成员的所有资源和才智,相互和谐,充分激

发全体成员的智慧,并将这种智慧汇集成一股实现目标的合力。一般来说,一个日常新闻采访小组少则二人,多则3~5人,包括记者、摄像、灯光等人员。特殊情况下,对重大事件的新闻报道会组成专门的报道团队,牵涉人员众多。比如,北京奥运会期间,中央电视台投入9个频道,直接和间接参与报道的人数超过3000人,有5个团队分别负责乒乓球、羽毛球、网球、篮球的转播任务,人数之多、规模之大堪称历届奥运会报道之最。在电视采访中,小组各个成员应该发挥团队合作精神,相互了解、相互帮助。一方面,文字记者要善于思考,做电视报道的“总工程师”,要按照节目需求确定内容选题和制作方向,进行多方面协调,整合摄像和编辑等共同完成节目的具体制作工作;另一方面,摄像记者要与文字记者多多沟通,充分了解本次采访的主题和重点,让对方知道自己拍了什么画面,要怎样铺陈才更能吸引观众的目光。如果两者在现场沟通不充分、配合不默契,那会给采访工作带来困难,进而影响节目的传播效果。

■ 本节思考与练习

1. 什么是电视采访?请围绕近期媒体报道的某一热点话题,收集相关的电视、报纸、广播和网络报道,并谈谈它们之间的区别。
2. 你如何理解电视采访的特点?
3. 请阅读下列报纸新闻,然后回答后面的问题。

有好戏,市场就能养活剧团

本报讯(记者何树青)本市第一家民营剧团——天津市刘荣升京剧团,至今已在演出市场闯荡了十年。从当初只拥有一套比较像样的行头,每年演出只有五六十场的“小树”,长成长享有一定知名度,更新了不少家当、年演出量最高时达200多场的“大树”。十年来,剧团以灵活的方式和适应观众需求的剧目安排演出,在戏迷的追捧下闯出了一条生路。

十年兴团,十年甘苦。谈起这些,团长兼主演、京剧名家刘荣升五味杂陈。剧团刚成立时,常常是好长时间没有演出机会,有时演了戏还赔钱,那种滋味不好受。面对困难,全团没有一个人后悔“下海”走了市场之路。有一次在水上公园演出,天下大雨,刘荣升本以为演员们不会来了,到了演出现场却看到演员们都站在雨水中,等待团长的演出令。后来,随着对市场的了解,剧团排演的戏越来越受戏迷欢迎。有一次天降大雪,考虑到观众和演员的安全,刘荣升决定“回戏”,没想到,当天到场的观众竟一拨接一拨,直抱怨剧团“回戏”。

十年来,刘荣升京剧团在水上公园、天乐戏院、中华曲苑、民族文化宫、滨湖剧院、天华景等剧场先后演出过《坐宫》、《二进宫》、《状元谱》、《恶虎村》、《林冲夜奔》、《平贵别窑》、《天霸拜山》、《叹月·独木关》等一大批剧目,接到外地剧场的演出邀请也常年不断,还应邀去英国演出,取得了良好的社会效益和经济效益。现在,这家民营剧团已拥有一批固定的演职人员,每场演出再根据实际需要临时外聘一些演员,然后根据演出进行效益分配,大大调动了演员们的积极性,使演出质量不断得到提高,所演剧目也在不断丰富。

刘荣升对记者说:“这些年的酸甜苦辣没有白尝,大家在市场风浪里‘游泳’的过程中发现,市场需要戏曲,更需要好戏,有好戏就会有市场。”近年来,剧团添置和更新了演出设备、戏装,并开始着手培养有艺术潜质的年轻演员。在艺术上精益求精,在剧目上不断挖掘生戏、冷戏,包括连台本戏,还准备整理余叔岩大师的诸多剧目。

天津市戏剧家协会主席高长德得知刘荣升京剧团十年经历后,兴奋之情溢于言表:“不