

NEWS

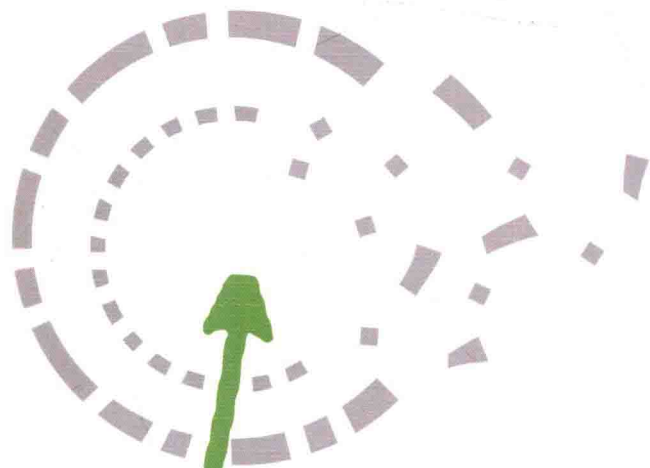
陈信凌◎总主编

“十三五”新闻传播学类研究生教材

GAOJI XINWEN CAIBIAN SHIWU

高级 新闻采编实务

王卫明 主编



合肥工业大学出版社
HEFEI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

陈信凌◎总主编

“十三五”新闻传播学类研究生教材

GAOJI XINWEN CAIBIAN SHIWU

高级 新闻采编实务

王卫明 主编

 合肥工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

高级新闻采编实务/王卫明主编. —合肥:合肥工业大学出版社,2017.2
ISBN 978-7-5650-3283-7

I. ①高… II. ①王… III. ①新闻采访②新闻编辑 IV. ①G21

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 036212 号

高级新闻采编实务

王卫明 主编

责任编辑 冷桥勋 张 慧

出 版	合肥工业大学出版社	版 次	2017年2月第1版
地 址	合肥市屯溪路193号	印 次	2017年3月第1次印刷
邮 编	230009	开 本	710毫米×1010毫米 1/16
电 话	人文编辑部:0551-62903205 市场营销部:0551-62903198	印 张	17.25
网 址	www.hfutpress.com.cn	字 数	292千字
E-mail	hfutpress@163.com	印 刷	安徽昶颀包装印务有限责任公司
		发 行	全国新华书店

ISBN 978-7-5650-3283-7

定价:40.00元

如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社市场营销部联系调换。

目 录

第一章 新闻采编基础理论	(001)
第一节 新闻采编的底线与责任.....	(003)
第二节 新闻报道的动向与趋势.....	(004)
第三节 手机媒体的决胜策略.....	(009)
第四节 新闻报道的选题方法.....	(019)
第二章 深度报道	(027)
第一节 记者为何敢公布问题奶粉的名称.....	(029)
第二节 记者巧“说话” “无声”胜“有声”	(032)
第三节 新媒体时代的暗访报道.....	(036)
第三章 财经新闻报道	(043)
第一节 财经新闻采编的入门路径.....	(045)
第二节 公司新闻的采写.....	(051)
第三节 金融新闻的采写.....	(057)
第四节 英国《金融时报》的财经新闻报道	(073)
第五节 财经记者罗绮萍的从业经历与心得.....	(077)

第四章 新媒体写作	(087)
第一节 新媒体新闻的含义及特征	(089)
第二节 新媒体写作的主要类型	(094)
第三节 新媒体写作的准备与策划	(106)
第四节 新媒体写作的技巧	(106)
第五节 自媒体的新闻写作	(111)
第五章 摄影摄像	(121)
第一节 无人机航拍	(123)
第二节 移动直播报道	(131)
第三节 VR 新闻报道	(137)
第四节 美式新闻摄影	(143)
第六章 数据新闻与可视化报道	(147)
第一节 报道运用大数据的典型案例分析	(150)
第二节 大数据在新闻报道中的作用	(153)
第三节 大数据时代对媒体人的要求	(156)
第四节 《新京报》新闻可视化探索	(160)
第七章 新闻评论	(171)
第一节 选题的来源	(177)
第二节 选题的选择	(183)
第三节 立论的要领	(188)
第四节 具体的写法	(192)
第五节 在《人民日报》发表评论的心得	(200)
第八章 英文采访与国际新闻报道	(207)
第一节 英文采访常用语句	(209)

第二节	奥运期间的英文采访·····	(217)
第三节	国际新闻报道概要·····	(221)
附 录	·····	(241)
附录一	新闻传播学 CSSCI 来源期刊投稿方式 ·····	(243)
附录二	新闻传播学 CSSCI 来源集刊投稿方式 ·····	(244)
附录三	新闻传播学 SSCI 来源期刊投稿方式 ·····	(245)
附录四	新闻传播学全国中文核心期刊投稿方式·····	(256)
附录五	新闻传播学非核心类学术期刊投稿方式·····	(257)
附录六	中外新闻传媒投稿邮箱·····	(259)
附录七	学术论文格式规范·····	(265)
后 记	·····	(268)

第一章 新闻采编基础理论

第一节 新闻采编的底线与责任

当下,正是传媒格局激烈变动之际,也是中国社会转型的关键时期,传媒(尤其是传统媒体)面对前所未有的挑战与机遇、压力与诱惑,一些传媒人因此迷茫、焦虑、妄动。

在这种情势下,传媒人只要不断追求卓越并成为卓越传媒人,就无须为前途担忧。卓越,并不只是业务水平的卓越,还包括道德水准的卓越,这就要求传媒人:守住底线,担当责任,创造价值。

守住什么底线?

一是法律底线。新闻敲诈、受贿、侵犯名誉权、侵犯著作权、泄露国家机密等,都是在法律底线之下的不当行为,传媒人不得为之,否则恐有牢狱之灾。从法律层面讲,传媒人守住底线,就是守住平安,底线就是安全线。

二是道德伦理底线。收受红包和重礼,都是有悖于新闻职业道德的。在灾难新闻的报道过程中,“生命至上、勿扰悲痛”是其基本伦理。有传媒人曾言:“在至高无上的生命权面前,空谈任何新闻自由都没有意义。这就是底线。”不对未成年人、性侵案件受害人、病人、贫民等特殊人群造成“二次伤害”,不过度采访,也是新闻报道的伦理底线。

三是职业底线。确保真实、恪守中立、公正报道,是新闻职业对传媒人的底线要求。新闻造假,就在传媒职业底线之下,因为真实是新闻的生命。从专业层面讲,传媒人守住底线,就是守住本分。

担当什么责任?

监测环境、传承文化、协调社会、提供娱乐,是大众传媒的四大功能,也是传媒人价值实现、责任担当的四个方向。事实上,不同的传媒,不同的版面、栏目,各有其不同的责任,但传媒人有一个普遍的社会责任:促进社会进步,增进人类福祉,让世界变得更加美好。这种责任,要求传媒人必须坚持底线,不断追求卓越,努力创造价值。

创造什么价值?

对传媒人来说,光是坚持底线是远远不够的。坚持底线,仅仅是获得在传媒行业立足的资格。能否立得稳,还要看其为本单位、为受众、为社会创造了多大的价值。这里所言的“价值”,当然不单指经济价值,有时既包括经济价值又包括公益价值,有时则单指公益价值。创造价值的过程,其实就是满足需求、挖掘需求、引领需求、创造需求的过程。

底线之下,危机重重。底线之上,尽情卓越。创造价值,底线须守。

担当责任,既需智慧,又需勇气。欲求卓越,必思创新,善立潮头。

第二节 新闻报道的动向与趋势

一年一度的全国两会也是各媒体争奇斗艳的竞技平台。2016年两会的中外媒体记者数量逾5000人,面对媒介新格局下的传播环境变革,诸多记者均使出看家本领满足受众需求,争夺受众目光。

一、智能新装备,开启新模式

2016年两会伊始,各路记者纷纷扛着新式报道装备进京。会场内外不乏各种神器“撞脸”,VR头盔、360全景相机、手持云台手机稳定器、机器人等层出不穷的新事物让受众大饱眼福。

VR头盔是虚拟现实头盔中的一款,利用头盔显示器使人对外界的视觉、听觉封闭,引导用户产生一种身在虚拟环境中的感觉。^[1]目前国内外的众多厂商如upano、三星、Google、索尼、diy-streetview、tache等都看好VR智能设备的广阔市场,不断加大投入。两会期间,此设备一经现身便引来众人围观,头戴VR头盔(如图1-1)的记者亦成为新闻主角,被争相报道。

360全景相机是用于拍摄全景照片的专业相机,可以360度无死角记录现场的每个细节。360全景相机形状各异(如图1-2),有的全景相机好比一块平板电池,如inst 360全景相机——全球首个360度全景相机,因其结构简洁大方、性价比高受到央视、新华社、《人民日报》等媒体的青睐;有的全景相机长相酷似魔方,如

GoPro 360 度全景摄像机因其主打运动属性,在动态拍摄中表现尚佳而被中新网、光明网等媒体启用。



图 1-1 头戴 VR 头盔的记者



图 1-2 手持 360 全景相机的记者

手持云台手机稳定器是专为智能手机设计的高精度三轴云台,用以规避进行运动拍摄时画面的抖动和摇晃。此外,该设备精巧的结构设计,一改以往记者长枪短炮的艰苦形象,为优雅的“单手模式”提供了便利。2016 年两会上,在航拍无人机市场占有霸主地位的大疆公司推出的手持云台(如图 1-3)备受多路媒体喜爱。

此外,智能机器人“度秘”(如图 1-4)也在此次两会上赚足了眼球。此款机器人由新华社客户端联合百度共同推出,以贴心小秘书的身份出现,通过人机对话的形式,对两会进行权威形象解读。



图 1-3 拿手持云台的记者

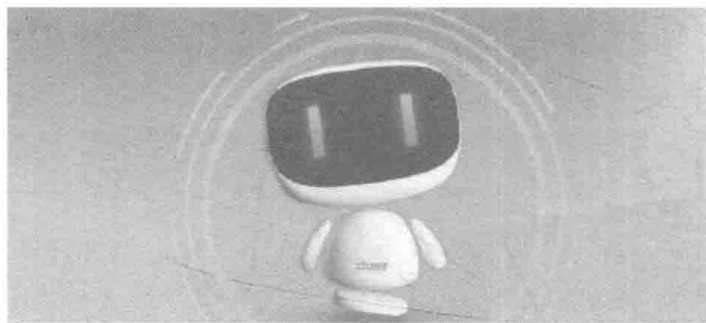


图 1-4 智能机器人“度秘”

智能新装备的应用,对传统的新闻传播模式具有较大的颠覆。传统的新闻体验有赖于记者的专业素养与个人视角,而 VR 传媒时代,带路者角色才是记者的适配,受众视角将得以解放,受众将成为记者身后的记者,既可以看到他所安排的内容,也可以发掘他未注意的细节,使得会场视角更直观全面。比如在会场上,既可关注主席台上各位代表的神情,亦可一窥场内代表们听报告时的情形,诸如“哪位代表打瞌睡”“哪位代表玩手机”“哪位代表早退”此类细节可能更易引发受众兴趣。这是对传统平面媒体或视频传播方式的极大突破。

二、应用新技术,生产新文本

此次两会,《人民日报》、新华社、CCTV、光明网、《法制晚报》、腾讯、网易、新浪等多家媒体,争相采用 VR 全景技术对两会进行报道。

VR 技术和 VR 视频。VR 是 Virtual Reality 的缩写,也称虚拟现实技术。虚拟现实技术综合了计算机图形技术、计算机仿真技术、传感器技术、显示技术等多种

科学技术,在多维信息空间上创建一个虚拟信息环境,能使用户具有身临其境的沉浸感^[2]。VR技术被应用到新闻领域,对还原新闻现场具有极大的益处。该技术通过调动用户全身的感知功能,使其有置身其中的立体空间体验,为观众提供了一种前所未有的沉浸式和体验式的新闻获取方式。此外,在内容的展现方式上,既可以利用视频平台如优酷、乐视视频APP、爱奇艺等,也可使用自己的媒体平台,或通过制作H5页面供受众观赏与分享。

VR视频可以为观众展示360度的全景镜头,其最大特点就是使观众感觉身在其中。VR视频在电影中早有应用,此次两会VR视频新闻的出炉与几何级传播,使VR视频大范围地走入了受众。网友点击鼠标,或是在手机屏幕上用手指滑动,就可以拉近发布会的任意视角。3月1日政协发布会刚结束,《光明日报》融媒体作品《政协新闻发布会VR实况》就已通过微信、微博传开了。不到1小时,就有了12万次浏览量^[3]。此外,新华网2016全国两会特别专题中专门开设“VR视角”,对其重视程度可见一斑。

全景技术和全景图像。全景也称为全景摄影或虚拟实景,是基于静态图像的虚拟现实技术^[4]。全景技术优势众多:一是可对真实场景三维展现;二是有一定的交互性,用户可以通过鼠标选择自己的视角,任意放大和缩小,如亲临现场般环视、俯瞰和仰视;三是播放方便,一个小小的java程序,自动下载后就可以在网上观看全景照片;四是全景图片生成文件较小,既利于网络传输,又节省用户流量。

全景图像是把相机环360度拍摄的一组照片进行拼接,用一个专用的播放软件在互联网上显示,让使用者能用鼠标控制环视的方向,可左可右、可近可远观看物体或场景。2016年两会各媒体使用的全景相机,具备即拍即传功能,无须后期即可合成360度无死角的全景影像。

三、新闻报道趋势及相关建议

(一)趋势:日益智能化

全景相机、VR头盔、云台手机稳定器等新式报道装备在2016年两会的闪亮登场,昭示了新闻报道的大趋势——日益智能化。

此次两会上,VR技术及全景技术的应用使得拍摄内容更加生动有趣,极大地增强了观众的进入感与互动性。随着VR硬件设施的不断更迭及相关配套产品的完善,VR视频会成为未来的常见报道文本。VR技术在新闻领域的应用必然会催生出满足受众更高需求的内容形式。

但当下该技术存在明显制约,如视频画质普遍较差、使用过程易晕眩等问题有待解决。此外,内容的缺乏使VR技术陷入了宣传噱头的尴尬境地。因此,业内人

士预言,VR 视频要进入消费市场,还有很长一段路要走。

(二)建议:及时跟进

媒介新格局下的受众具备更加强烈的主体意识,伴随新的媒体运作模式的产生,受众在整个传播过程中更加注重自身体验。在报道日益智能化的趋势潮流面前,有远见的媒体应当紧跟热潮采购相关设备,丰富自身的报道形式,满足受众不断提高的需求。各高校相关专业亦需接轨现实热点,采用此类设备,学习现下媒体报道新技术。

2016年2月19日,习近平总书记在新闻舆论工作座谈会讲话中强调,要尊重新闻传播规律,构建舆论引导新格局,创新方法手段。^[5]此次两会上新装备、新技术、新文本的涌现,正是从理念到内容、从体裁到形式、从方法到手段的一次有益尝试。

(三)可行性:不难实施

新装备价位适中。目前国内外有包括乐相、索尼、HTC、三星等近20个VR头盔生产厂家。从价格方面来说,从百元到数千元不等(如图1-5)。

VR 头盔						
国内			国外			
厂商	产品	价格(官网)	厂商	产品	价格(元)	
乐相科技	大明DeePoonE2	1799	Facebook	Oculus Rift	6889	
虚拟现实科技有限公司	3Glasses	2199	SONY	SonyPlayStation VR	3886	
虚拟现实科技有限公司	蓝铂Blubur	1000	HTC&Valve	HTC Vive	7200	
蚁视ANTVR	蚁视头盔	1499	Razer	OSVR	2888	
掌网科技股份有限公司	VRSHINECON	168	Starbreeze&infintEye	Star VR	尚未发布	
掌网科技股份有限公司	星轮ViuLuxV1	1499	FOVE	FOVE	2590	
北京维拓信息科技有限公司	蜂镜K1	1598	Avegant	Gtyph	4999	
			创新科技	BtasterXVR	3900	
			VisesVR	VISUS	967	
			Gamefacelabs	GameFace	尚未发布	
			Samsung	Gear VR	645	

图1-5 国内外VR头盔生产商及产品与价格

此外,为其提供内容供给的专业级360全景相机,如此次两会上获媒体青睐的inst 360全景相机、GoPro 360全景相机价格在数千元到万元不等。这些对于众媒体来说在其可承受范围之内。

全国人大代表、泰豪集团董事长黄代放预言“VR产业在未来5年会有爆发性增长”^[6]。随着像三星、Google、索尼等全球各大科技公司对消费级全景相机和VR硬件设备的不断投入,其性价比将不断上升。

新技术简单易学,例如,360 全景相机用法与普通相机无较大差异,但机身设计更为简洁,按钮更加清晰,既可手持灵活拍摄,又可固定于三脚架进行长时稳定拍摄。此外,多款全景相机具备实时自动拼接技术,形成 360 度无死角的全景影像,可避免后期处理的烦琐工作。

参考资料:

[1] 《当虚拟照进现实 Three Glass 虚拟现实头盔体验评测》, <http://mo.techweb.com.cn/phone/2015-01-09/2114312.shtml>, 2015-01-09/2016-03-13。

[2] 张玉森:《基于虚拟现实技术的多维信息空间探析》,《网络与信息》2010 年第 10 期。

[3] 李平沙,刘冰雅:《光明日报两会报道引燃融媒体“三把火”》,《光明日报》2016 年 3 月 3 日。

[4] 王卫仪:《基于静态图像的互动虚拟全景技术及其应用》,《电脑知识与技术》2006 年第 1 期。

[5] 新华社:《习近平:坚持正确方向创新方法手段提高新闻舆论传播力引导力》,新华网: http://news.xinhuanet.com/politics/201602/19/c_1118102543.htm, 2016-02-19/2016-03-13。

[6] 《当“两会”与“VR”相遇 看江西 VR 产业前景》,江西网络广播电视台: <http://m.jxntv.cn/pcvideo/7734485>, 2015-03-13。

第三节 手机媒体的决胜策略

手机报、新闻客户端、微信公众号等媒介形态,都以手机为传播平台,可谓典型的手机媒体。当下,人们接触信息的渠道越来越向手机媒体集中。中国互联网络信息中心发布的《第 36 次中国互联网络发展状况统计报告》显示:截至 2015 年 6 月,我国手机网民规模达 5.94 亿,较 2014 年 12 月增加 3679 万人,网民中使用手机上网的人群占比由 2014 年 12 月的 85.8% 提升至 88.9%。随着手机终端的大屏化

和手机应用体验的不断提升,手机作为网民主要上网终端的趋势进一步明显。^[1]

手机媒体难以尽数,如何在空前激烈的媒介竞争中获胜,是许多媒体人需要思考的命题。设置悬念,就是手机媒体决胜媒介市场的一条路径。



图 1-6 央视新闻
微信公众号界面



图 1-7 今日头条
手机客户端界面



图 1-8 《江门日报》
微信公众号界面

一、手机媒体新闻传播,特别需要设置悬念

新闻传播设置悬念是媒体惯用的写作手法。尤其是新媒体时代,媒体人如果能够针对新闻素材有效进行悬念设置,将对信息传播有良好的促进作用。

(1)手机媒体首页的版面语言有限,悬念设置可以弥补这种不足。手机媒体是网络媒体的延伸,但手机媒体的新闻传播不同于PC端的网络媒体:标题几乎没有字体、字号、颜色的变化,难以像PC端网络媒体那样突出重点。手机媒体的新闻传播,也不同于报纸等纸质媒体:由于屏幕面积有限,版面语言受限,信息往往首先以“标题+图片”形式由上至下逐条滚动出现,受众刚开始是看不到正文的。因此在最开始进入受众眼球的时候得足够精彩才能够让受众花流量花精力点击阅读。

(2)在媒介过剩的环境中,善用悬念是快捷有效的导流方式。众所周知,媒介格局发生变化,各大传媒集团制作和运营手机报、客户端、微信公众号等手机媒体,这也客观上造成媒介过剩的情况。然而受众接收信息的过程是消费文化的过程,选择是消费文化进行的前提,受众的主动性增强。李普曼在《舆论学》中提出“拟态环境”的概念,认为人们所感知的世界是媒介传播中的世界,并非完全等于真实世界。受众第一眼接触信息,就会瞬间做出思考,判断自身是否进入该传播语境中。设置悬念正是媒体有效引导受众进入相关语境的路径。中共江西省委网信办官方微信号“江西发布”联合大江大数据研究中心,监测从9月6日至9月12日的

江西省 160 多个媒体的微信公众号,统计得出一周传播力及互动影响力第一名是《江南都市报》,文章最大阅读数有 7 万多,而倒数第一的公众号文章最大阅读数仅为 35。对比悬殊,关键问题出在信息内容上。受众对媒体信息具有绝对的选择权,手机媒体要想增强受众黏性比传统媒体更具挑战性。



图 1-9 凤凰新闻
客户端界面



图 1-10 人民网网页版界面



图 1-11 江西
手机报界面

(3) 受众对手机媒体的阅读是一种碎片化、快餐式的文化消费,悬念可以瞬间抓住受众眼球。手机的最大技术优势就是便于碎片化阅读。在信息爆炸的新媒体时代,手机传播的信息对受众来说是一种快餐文化,通过快速消费信息来满足自身需求。在碎片化、快餐式的文化消费中,受众阅读信息的习惯呈现感性化选择特点。感性化选择,是指受众对快餐文化的选择更加感性化,容易被某些关键词或较为敏感的事件吸引。在碎片化、快餐式的阅读中,受众往往在一秒之内便会决定是否点开某条信息(不妨称之为“一秒定律”),对悬念答案的追寻恰好可以引导受众点击。因此,在碎片化阅读方式占领手机用户时,手机媒体做好导流“入口”异常重要。

(4) 悬念设置,可以满足受众阅读信息时的探奇心理。新媒体时代受众周围每天充斥着各种各样的信息,面对指数爆炸型的信息量、同质化的信息与快节奏的生活,更多的读者往往只会对那些与自己相关、自己感兴趣的网络信息进行关注浏览。手机媒体由于硬件条件限制,信息都是逐条呈现,受众最先根据标题来决定自己是否点击阅读,人们本身的窥探心理以及好奇心会促使其进入文章阅读,进入文章界面后又再次根据具体内容来决定是否读完。那么如何勾起读者阅读的馋虫?最有效的方法之一便是在新闻报道的相应位置进行悬念设置。近三年来,各类明星真人秀节目相当流行并非没有原因,受众对于明星的探奇心理对真人秀节目具