

名主持人栏目丛书

# 追寻新闻的深度

## 白岩松与《新闻周刊》

邹煜 马力 夏中南 主编



# 白岩松

是无知无畏，还是个性张扬？  
是浅薄的做秀，还是真诚的深刻？  
是缺少自知之明，还是勇于尝试……

全方位采访 独特视角 独家解读白岩松与《新闻周刊》



上海交通大学出版社  
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

名主持人名栏目丛书

# 追寻新闻的深度

白岩松与《新闻周刊》

邹煜马 力夏中南 主编



上海交通大学出版社  
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

## 内 容 提 要

本书通过全方位采访、以独特视角、独家解读白岩松与《新闻周刊》。全书内容分三部分：上编主要从宏观上横向评析白岩松分别作为记者、主持人、制片人所表现出的素养及其语言的个性特点；中编主要以《新闻周刊》为主进行个案剖析，以及特别节目《岩松看台湾》、新主持的节目《360度》和体育节目等的评析，并以此解读白岩松及其主持艺术特色；下编是访谈，包括白岩松本人、《新闻周刊》的制片人等与白岩松共事的人、专家学者以及普通观众等。

本书是送给广大年轻主持人、主持专业学生及有志于成为主持人的青少年朋友的一份礼物。是一本既可以被称为学术著作，又可以被称为专业教材的好书。同时语言平实流畅幽默，也适合社会大众阅读。

### 图书在版编目(CIP)数据

追寻新闻的深度：白岩松与《新闻周刊》/邹煜，  
马力，夏中南主编. —上海：上海交通大学出版社，  
2011

(名主持人名栏目丛书)

ISBN 978-7-313-07837-7

I. ①追… II. ①邹…②马…③夏… III. ①白岩松  
—访问记②电视新闻—电视节目—制作—研究 IV.

①K825.42②G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 217799 号

### 追寻新闻的深度

——白岩松与《新闻周刊》

邹煜 马力 夏中南 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 951 号 邮政编码 200030)

电话：64071208 出版人：韩建民

上海交大印务有限公司印刷 全国新华书店经销

开本：787 mm×960 mm 1/16 印张：17.25 字数：220 千字

2011 年 11 月第 1 版 2011 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-313-07837-7/K 定价：39.00 元

---

版权所有 侵权必究

告读者：如发现本书有质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话：021-54742979

同行 同行

白岩松

2006.9.27

北京

白岩松给本书及读者的题词

编写（按音序排列）

刘 培 马 力 王依然

武晶晶 夏中南 邹 煜

## 总 序

近几年，随着广播电视事业的飞速发展，造就了一大批名栏目和名主持人。早在2004年6月，中国电视艺术家协会主持人专业委员会举办“首届中国电视十大名栏目名主持人讲坛”。央视的《新闻周刊》、《艺术人生》、《开心辞典》、《面对面》、《感动中国》，以及凤凰卫视的《时事开讲》，江苏广电总台的《南京零距离》、光线传媒的《娱乐现场》，北京电视台的《第七日》和东方卫视的《东方夜新闻》等栏目榜上有名。我们看到名栏目后面均会有一个名主持人，比如中央台的白岩松、朱军、王小丫和王志，北京电视台的元元等。那么，名栏目与名主持人之间又是一种什么样的关系呢？《新闻周刊》的制片人王力军在接受本丛书编撰者的采访时曾说：“《新闻周刊》可以说像是为白岩松量身定做的，有着白岩松鲜明的个性风格，白岩松也成了这个栏目的一个符号。但我更倾向于‘《新闻周刊》的白岩松’，如果他真正达到布罗考那种地步，那可能就成了‘白岩松的《新闻周刊》’。因为现在白岩松还是需要不断修正完善。而这两方面又是相互刺激的，首先我们要给他提供和规定一个方向，这是不能改的，另外我们会给他提供一个非常完整的方案，就是说我们要设想自己坐在主播台上会怎么说，这对主持人就是一个刺激，也是一个帮助。他的优点就在于他必须要亲自写出来，使用自己的表达体系，这是非常难得的。应该说白岩松与《新闻周刊》有重合，也有分歧，这是很正常的。当然我也不排斥‘白岩松的《新闻周刊》’的提法，因为中国的电视栏目需要带有主持人的个性，要做主持人的节目，个性化的节目。”由此可知，如果一个栏目能够使主持人的长处、

优点或者个性得以充分发挥,主持人就能够给栏目增色添彩,两者相得益彰,良性互动,就有可能打造名栏目,塑造名主持人。反过来,一个真正的名栏目不可能依靠一个平庸的主持人来造就,任何一个名主持人同样需要一个好的栏目作为展示自身才能的舞台。

主持人的个性化是名主持人共有的特点。不同的主持人,个性不同、气质不同、人生阅历不同、知识素养不同、个人兴趣不同,最后表现出来的风格、对不同收视群体的吸引力也不同。有着鲜明个性的主持人,是不可替代的。正如崔永元之于《实话实说》,孟非之于《南京零距离》。比如,《新闻周刊》的前任制片人张巍在接受本丛书编撰者的采访时也曾说过:“白岩松在《新闻周刊》这个栏目中,他的想法和能量的发挥还是恰到好处的,它跟这个栏目相对还是比较融洽的,很少出现表达不畅或者是有力使不出的状况。应该说在理念上重合的还是很多的,因为大家能在一起做还是志同道合的,价值理念、为人处世都还是比较搭调的,这是一个基础。”主持人与名栏目间存在着正向推进的关系。名栏目又往往是一个电视台(电台)全力打造的品牌节目,比如,《焦点访谈》、《艺术人生》、《开心辞典》、《非诚勿扰》、《中国达人秀》等,各地只要有10%左右叫得响的名牌栏目,就可以带动整个频道。对于这些品牌节目,电视观众往往会产生一种“惯性收视”,在观众中拥有较高的栏目忠诚度,而插播在这些栏目中的广告的到达率也较高,广告效果也会较为理想,使之备受广告客户青睐。特别应该谈到,主持人是品牌节目的重要组成部分,节目的品牌体现在主持人的品牌上,从某种角度上说主持人就是一个品牌的人格化身。品牌栏目主持人除应具备主持人最基本的素质之外,最主要的是要与栏目的风格相适应。著名电视人孙玉胜在他的《我看电视之“主持人媒体”》中提及:“主持人是节目的品牌,品牌意味着产品质量的稳定性。只要牌子在,产品的品质就被观众信任着。”王志离开《新闻调查》加盟《面对面》,《新闻调查》制片人张洁说这直接导致观众流失一千万。这让我们不得不研究主持人与电视品牌节目的关系。我们提出一个正比定律:主持人兴,栏目则兴,反之亦然。正是这种互生关系形成一种良性的互动关系。

遥控器时代,观众在电视媒体的消费方面早已进入买方市场。节目品牌等无形资产的价值和重要性得到了前所未有的重视,人们在更换频道、选择节目的同时,有意无意地走向了品牌消费。对于电视台来说,电视节目的品牌不仅是简单的节目名称和栏目标识,还包含着受众的认知和肯定。从电视受众的角度看,品牌是节目在观众心目中的固定化和标识化,是长期观赏经验中积累的一种“集体无意识”,具有很强的吸引力、感染力和号召力。从市场营销的角度看,品牌既是无形资产的载体,也是提高收视率和广告收入的保证。从文化传播的角度看,品牌是节目的品位、特色、信誉的文化象征。品牌栏目不仅是一个电视台的立台之本,更是电视台稳定受众群和收视率以及经济效益的重要保证。我国电视节目及主持人的发展经历了艰难的生存阶段、稳定的生长阶段,目前正接近于成熟的“品牌阶段”,因此有人提出:农业时代竞争土地,工业时代竞争机器,信息时代竞争品牌。对于竞争日趋激烈的电视业界来说,创办名栏目,培育名主持人已经成为各家电视台的共识,创造高知名度、高信任度、高美誉度的品牌栏目及品牌主持人,同样成为节目追求的目标。

研究并关注名栏目、名主持人,以及名栏目与名主持人间的互动关系,具有重要的理论和现实意义。正是基于这样的初衷,我们在有远见卓识的上海交通大学出版社的大力支持下,力邀10余名多年从事相关研究及节目制作的专家、朋友编撰了本套“名主持人名栏目”丛书,从案例的择取、评析的角度、论证的深度以及对现实栏目及主持人“可持续发展”的关注度等方面都进行了较为有益的尝试和探索,希求能在迅猛发展的中国广播电视事业的汹涌激流中撷取颗颗璀璨的珍珠,与广大读者共同分享名栏目与名主持人“千磨万砺皆辛苦,吹尽狂沙始到金”的制作历程和品牌内涵,共同寻求“众里寻他千百度,蓦然回首,那人却在灯火阑珊处”的品牌经营路径,共同展望“百般红紫斗风雪,别样婀娜向柳枝”的美好前景。



## 前 言

近几年,随着广播电视事业的飞速发展,造就了一大批名栏目和名主持,在当代电视艺术之林中,新闻节目的显赫地位是不言而喻的,新闻栏目名主持更是不容忽视,而白岩松就是记者型新闻主持人的一个代表。在 20 世纪 90 年代末,白岩松以他突出的口才与思辨力领一代风气之先,一度是中国电视新闻的最强音之一。其后,白岩松开始向制片、体育节目等领域拓展,先后担任《新闻周刊》(即原《中国周刊》)制片人,参与 2000 年奥运会直播、伊拉克战争直播、德国世界杯直播等节目。白岩松这种职业生涯的多维发展逐渐使自己陷入了“争议”和“非议”的漩涡。名主持人的“溢出”效应是否有边界?这在社会、网络上引发了“名主持是不是万能?”等一系列的思考和批评。尽管人们对白岩松的拓展的评论褒贬不一,但大家又不得不承认,白岩松的现场掌控能力,他的口才及“白岩松式”的思辨能力在主持人中的确实属凤毛麟角。他不仅先后斩获了第三届中国播音主持金话筒奖和第九届长江韬奋奖,还荣膺了“中国电视节目主持人 25 年 25 人”称号,并多次入选央视年度“十佳主持人”,等等。这些都应该看作中国观众和业界对他的认可。

本书首先从白岩松的成长经历入手,将白岩松作了主持人身份的现象学“还原”,对白岩松的记者、主持才能进行了回顾。之后从白岩松与《新闻周刊》的关联角度,进行了主体间性的全方位解析。白岩松作为《新闻周刊》的创始人之一,使得《新闻周刊》不可避免地

带有其个性化烙印。《新闻周刊》的创立、发展，乃至如今的不断成熟并成为中国电视的名栏目，在这个过程中，《新闻周刊》与白岩松形成了一个很好的良性互动。

本书的编著者对包括业界、学界以及网络所代表的社会各界观点、看法等都进行了比较全面的整理，并对《新闻周刊》团队和白岩松本人进行了多层次的深入采访。力图用一个疏离、公允、质疑的姿态打量白岩松，整合学院的、网络的、社会的视点，通过公共话语的交流融通达到探寻真相的目的，推动白岩松和《新闻周刊》走得更好。

正如白岩松在接受本书编著者的采访时所说的那样：“新闻不是一种外表的态度，是一种内在的深度。”让我们共同期待和追寻新闻的深度吧！

# 目 录

## 上 编

- 第一章 “我是一个记者” / 003
  - 一、白岩松的记者生涯 / 003
  - 二、白岩松的记者素养 / 005
  - 三、白岩松的电视采访分析 / 012
- 第二章 主持人白岩松 / 025
  - 一、白岩松的语言功力 / 026
  - 二、白岩松的语言魅力 / 046
- 第三章 制片人白岩松 / 066
  - 一、宏观驾驭节目的能力 / 067
  - 二、整合创新能力 / 071

## 中 编

- 第四章 《新闻周刊》——不可忽略的记忆 / 079
  - 一、《新闻周刊》档案 / 080
  - 二、《新闻周刊》的主要板块形式 / 081
  - 三、《新闻周刊》节目特色分析 / 082
  - 四、岩松观点 / 090
  - 五、节目内容个案分析 / 093
- 第五章 《新闻周刊》——打造不一样的  
电视新闻杂志 / 129
  - 一、《新闻周刊》新闻话语的叙事学观照 / 130

- 二、感受白岩松式的评论 / 152
- 第六章 特别节目——《岩松看台湾》评析 / 165
  - 一、《岩松看台湾》节目特色分析 / 168
  - 二、《岩松看台湾》精彩回顾 / 177
  - 三、节目内容个案评析 / 182
- 第七章 激情真我——岩松的拓展与“溢出” / 193
  - 一、岩松说奥运 / 194
  - 二、岩松与世界杯 / 201
  - 三、白岩松与《360度》 / 206

## 下 编

- 第八章 “新闻人、电视人、电视主持人”  
——白岩松访谈 / 211
  - 一、经典回顾 / 211
  - 二、岩松谈主持 / 217
  - 三、岩松谈新闻 / 220
- 第九章 同事眼中的白岩松 / 225
  - 一、张巍访谈录 / 225
  - 二、王力军、吕志家访谈录 / 231
- 第十章 公众眼中的白岩松 / 236
  - 一、吴郁访谈录 / 236
  - 二、写给岩松的话之一——纪实采访 / 246
  - 三、写给岩松的话之二——网络：  
超时空对话 / 252

主要资料来源和参考文献 / 257

后记 / 260

# 上 编



白岩松的身份是多样的，他是主持人，是制片人，也是记者。我们将从记者、主持人、制片人三个方面，带大家认识一个全面立体的白岩松……



## 第一章

# “我是一个记者”

白岩松喜欢别人称呼自己是记者，最初走进媒体这个工作岗位，他的身份是记者，走进人们关注的视野，也是凭借着记者工作积累的知识和经验。白岩松自己说过：“你选择了一个职业，就意味着你选择了一种生活方式。还有什么职业像新闻这个行当，树欲静而风不止呢？我最喜欢两个概念，一个是新闻人，一个是记者，我很少用主持人。”<sup>①</sup>从1989年毕业分配到中央广播电台《中国广播报》工作，再到1993年走进中央电视台《东方时空》节目，记者的经历让他在新闻这条路上越走越稳、越走越远。首先还是让我们一起走近——记者白岩松。

### 一、白岩松的记者生涯

有很多人觉得做记者是一件很容易的事情，甚至有人会说，记者不就是写写稿子、做做采访吗？如果照着这个思路推断下去，那岂不是会写字的人都能写稿子，会说话的人都能做采访，“记者”这个职业成了谁都可以做的万能职业了？事实并不是这样的。在笔者看来，一个成功的记者必定要经历这几个阶段：实习记者——记者——合格记者——优秀记者——首席记者。翻开一本新闻史，任

---

<sup>①</sup> 央视记者百态：白岩松、水均益讲述各自记者生涯[N]. 北京晚报，转引自2005年11月9日人民网 <http://media.people.com.cn/GB/40606/3841858.html>.

何一个成功的记者都是从最初的实习记者一步步做起来的，实习是一个必不可少的阶段，是从校园走向社会的一个前奏。从熟悉业务到熟练操作，这个过程是任何工作都不能省略的。曾经看到这么一条消息，说国外的很多记者在大学毕业去了媒体，就跟着救火车、救护车跑新闻，直到业务熟练了，实习期满合格了，才可以正式对外宣布记者的身份。看来，做记者不是一件容易的事情，也不是谁都可以做好这份工作的，既有工作的压力，也有时间的压力。想在这条路上走得更远，需要下大功夫。



1993年，白岩松经崔永元推荐，偷偷去筹备中的《东方时空》节目当兼职策划和主持人。干了8个月后正式调入中央电视台。不久，他成为了《东方时空》的第一个“优秀主持人”。图为年轻时的白岩松。

白岩松是一名好主持人，同时也是一名优秀的记者，他的记者之路虽然没有经历“实习记者——记者——合格记者——优秀记者——首席记者”这样一条路子，但他也经历了类似的过程：从报社记者到电视台记者，又从记者转向记者型主持人。在这个过程中，白岩松有着深深的体会，他自己也说：“在中央电视台做新闻，拥有最好的机会，全国其他媒体恐怕很难遇到。具体到我身上来说，这种幸运体现得更加明显，因为从香港回归一直到现在，一些重要的新闻大事件，我几乎都在现场。可以掰着手指头数，从香港回归，到三峡大江截流，到朱镕基第一次总理招待会，到江泽民跟克林顿人民大会堂答记者问，到1998年珠海航展，一直到1999年澳门回归，2000年迎接新千年，2000年悉尼奥运会、2001年北京申奥、中国加



入 WTO、伊拉克战争，然后连宋大陆行，到神舟六号，一个没落下。九年时间里，中国大陆所有的大事件直播都是我做的，所以我说身为中央电视台的一员，是非常幸运的一名。我必须承认中央电视台由于它的这种优势，在传媒界的地位，任何大事发生的时候，它离新闻最近，获得报道机会最多，从这一点来说，能成为分享中央电视台这种机会中的一员，作为一个新闻人来说，新闻发生的时候，你与新闻同在，这是一种最好的感觉。”<sup>①</sup>

正如白岩松所说，真正坐上记者这个位置之后，会对记者的内涵有一个更加全面系统的认识。记者拥有比其他职业更接近真实、接近历史的机会，很多其他人第一时间不能亲眼看到的東西，会被记者抢先抓住。古人云：兼听则明，偏信则暗。做一个具有良好新闻素质的记者，就需要充分利用自己的感官，随时随地做生活的有心人，最大限度地发现和掌握新闻线索，丰富自己的信息源和信息库，同时注意倾听来自方方面面的意见，做到报道的客观、公正、真实、全面，做到用一种前瞻性的眼光去驾驭采访。

## 二、白岩松的记者素养

### 1. 文字功力

良好的文字功底是判断一个记者是否合格的一个重要标准。作为一名职业记者，最低的要求就是要能够很容易地将采集到的新闻和对新闻的思考，用流畅的文字轻松地表达出来，传达给受众。试想一个记者如果连这一点都做不到，还怎么配得上“记者”这个称呼呢？所以，不管是平面媒体还是有声媒体或者网络媒体，文字写作能力都是对一个记者的最基本要求。写作是记者的基本功，也是看家本领，必须要不间断地练习才行。

---

<sup>①</sup> 央视记者百态：白岩松、水均益讲述各自记者生涯[N]. 北京晚报，转引自2005年11月9日人民网 <http://media.people.com.cn/GB/40606/3841858.html>.