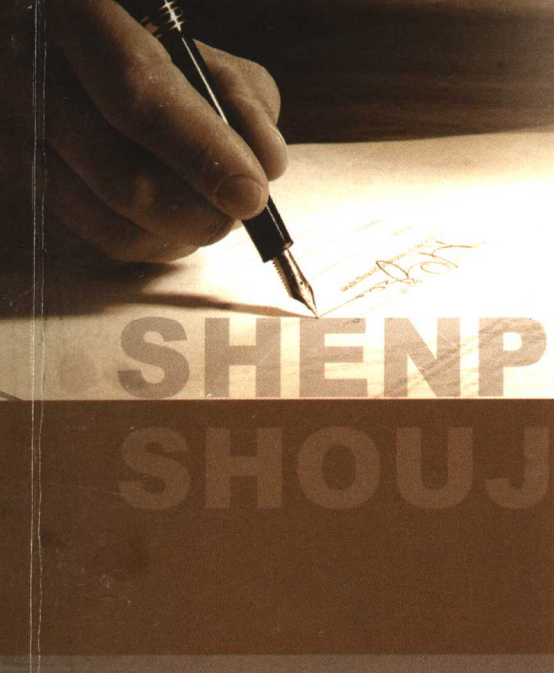




吴生华 顾北台 ● 著

审片手记

县域电视新闻采编主持评析

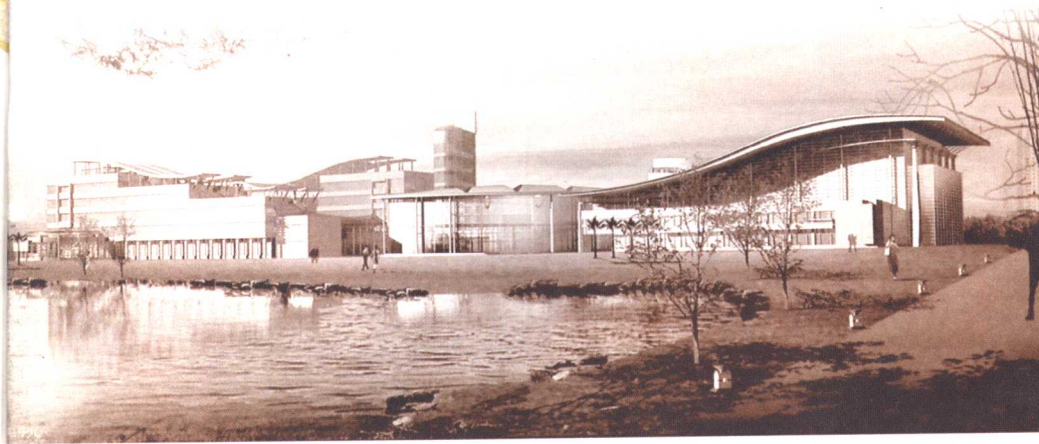
中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

吴生华 顾北台 ● 著

SHENPIAN
SHOUJI

审片手记

县域电视新闻采编主持评析



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

图书在版编目(CIP)数据

审片手记：县域电视新闻采编主持评析/吴生华，顾北台著．—北京：中国广播电视出版社，2006.11

ISBN 7-5043-5162-8

I. 审... II. ①吴... ②顾... III. 电视新闻—研究
—平湖市 IV. G229.275.54

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 129186 号

审片手记——县域电视新闻采编主持评析

作 者	吴生华 顾北台
责任编辑	常 红
封面设计	沈吕峰
责任校对	胡大椿
监 印	赵 宁
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条 9 号(邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	浙江平湖印刷厂
开 本	880 毫米×1230 毫米 1/32
字 数	480(千)字
印 张	19.25
版 次	2006 年 11 月第 1 版 2006 年 11 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5043-5162-8/G·1922
定 价	22.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

序

车玉明

2005年8月至2006年8月,我有幸在浙江平湖工作过一年,深深为平湖深厚的人文底蕴、秀美的湖光山色、勤劳勇敢而勇于创新的人民所感动。

由于工作关系,我与平湖广播电视台结下了不解之缘。每天18点整的《平湖新闻》及紧随其后的《民生直通车》,是我必看的节目。它成了我了解平湖党政动态、经济社会发展和风土人情的重要窗口。一年下来,平湖广播电视台同志们的敬业精神和改革创新精神,一如东湖边那漂亮的广电中心群楼,深深地刻在我的脑海中。近年来,平湖广播电视台在全国、浙江省和嘉兴市,连续获得了诸多的奖项,这在全国的县(市)一级电视台是不多见的,即使在沿海发达地区的浙江也是十分不容易的。

一段时间以来,我一直在思考,是什么让平湖广播电视台脱颖而出成为佼佼者?看到眼前由吴生华和顾北台著的这本书,我似乎有了答案。那一天一天的忠实记录,不管是批评还是表扬,都是对实践经验的生动总结。他们成年累月坚持这样做,把成功的经验和失败的教训升华到理论层面加以归纳、

总结,再反过来指导新闻实践,这是一种崇高的敬业精神的表現。多年来,平湖广播电视台这支敬业的团队之所以能够根据时代特点,大胆开拓创新,把平湖的广播电视事业不断推向新的高度,是与他们这样深厚的积淀分不开的。

我在新闻界工作已十几年,深感新闻理论往往说起来容易,但面对千变万化的社会现实,做起具体新闻来,却远不是那样简单。新闻是一门实践的艺术,把数年的新闻实践总结起来,以一个个具体的事例来诠释新闻的本质,是这本书最值得推崇之处。这本书不但对于广播电视界,就是对于从事其他新闻行业的同仁来说,也是非常值得参考的。

祝平湖广播电视事业更加兴旺发达。

是为序。

2006年9月 北京

前言

媒介批评和新闻评析作为新闻传播学新兴的分支学科,正逐渐引起新闻界和新闻研究界的关注。开展媒介批评和新闻评析工作,可以引导人们科学地分析新闻作品和媒体活动,不仅让受众正确理解新闻传播行为,而且可以引导媒体从业人员从新闻批评的视角,走向新闻反馈的纵深,把握和提高新闻质量。因此,媒介批评和新闻评析更注重新闻传播理论和新闻传播实践的紧密结合,以理论指导实践,以实践促进理论的创新,具有很强的互动意义。

到目前为止,在国内新闻界,媒介批评和新闻评析更多地散见于一些专业性的新闻传播学期刊,较为系统的批评实践活动尚不多见。特别是对于广播电视电子媒体开展的系统性的批评或评析活动更少。原因无他,广播电视媒体信息发布非文本化、难以保存的特点,使得批评文本的搜集成为一大难题,媒体批评和新闻作品评析活动很难开展。而新闻界业内人士往往又囿于事务性工作繁忙,很难坚持较长时间跨度的系统性评析活动。因此,这方面的成果确实还比较少。

近年来,新闻实践的持续开拓和不断创新,大有高歌猛进之势。一方面,新闻实践有失却新闻传播理论规范的隐忧,在探索 and 创新的幌子之下,失却传播道德规范,抛弃新闻基本理论指导,在媚俗的道路上愈走愈远。另一方面,新闻理论和新闻实践的各自为战,使得新闻理论的研究和探讨愈来愈远离鲜活的新闻传播活动,走进了脱离实践的“象牙塔”,成了空洞的干巴巴的理论。而开展具体而微的媒介批评和新闻评析实

践,更有利于把新闻业务改革同探索新闻理论创新联系起来,从而把理论的应用和探索,与新闻传播的实践与创新更加紧密地结合到一起来。我们斗胆作这样的尝试。

平湖是长三角地区经济较为发达的县级市,2004、2005年度连续在全国百强县(市)社会经济综合发展指数测评中列第28位,同时也是全国广播电视先进县(市)。《平湖新闻》是平湖电视台的主干新闻节目,2006年已经发展为《平湖新闻》(时政版)和《民生直通车》(民生版)两档节目。以一个县级电视台的综合性编排类新闻节目为评析对象,我们试图尽量做到理论与实践的良好结合,就是既有理论的指导,也有实践的商榷。针对一线记者、编辑与主持人的基本理论素质培养,我们也结合具体的例子,作一些基本理论的阐释。同时,为了提高媒介批评与新闻评析的理论性,我们也试图尽量将成功经验或失败教训作一定的上升,寻找其理论依据的阐述,作一些理论方面的辨析和总结。

本书题为《审片手记》,本来就是每天审片之后的急就章,也有当天来不及写而隔天写的,但为了统一起见,还是一律以今天作为叙述的时间线索,以月份分章归类,尽量保持手记的原貌。当然,在审片手记的内容方面,为了起到更普遍的指导作用,当初撰写的时候更多地考虑了针对每一位记者、编辑与主持人的创作都能够评价一二,而且采用的是谈话体,因此行文比较散乱,这次编辑的时候已经作了大刀阔斧地修正,尽量做到一篇手记只谈一个主题。尽管如此,也还有在一篇之内仍然谈几个话题而舍不得删改的,只能说是敝帚自珍了。

在这里,我们还要感谢历任领导的支持和鼓励,也感谢各位记者、编辑与主持人的理解与配合,不当之处,请大家多多批评、指正。

作者

2006年9月

目 录

序	1
前言	3

2004 年 6 月

1 工作报道必须改变报道视角——6月8日	1
2 记者要有现场发现的能力——6月9日	2
3 还是要关注具体的人——6月10日	4
4 要找准观众的兴趣点——6月11日	5
5 一线记者要有精品意识——6月12日	6
6 审视题材、关注现场应当成为一种常态——6月13日	7
7 头条需要策划——6月14日	8
8 不要留疑问给观众——6月15日	9
9 新闻编排要有“话题设置”的层次感——6月16日	10
10 要重视声音的作用——6月17日	11
11 记者怎么开好会议——6月18日	12
12 从生活着眼 做活经济报道——6月19日	14
13 记者视角以及观点的平衡——6月20日	16
14 记者双重交流感的自我培养——6月21日	17
15 新闻“刚性指标”还是要重点提醒——6月22日	19

16	新闻节目要体现“动态感”——6月23日	20
17	“硬”新闻和“软”新闻的不同处理——6月24日	21
18	五要素中核心要素——“何事”的解读要清晰 ——6月25日	23
19	记者和编辑的“双赢”——6月26日	24
20	事实必须要准确——6月27日	26
21	电视新闻的综合报道应该怎么做——6月29日	27
22	先进集体的典型就要“群像化”——6月30日	28

2004年7月

23	“七一”节的考验——7月1日	29
24	新闻采编“安全模式”的启用——7月2日	32
25	部门会议、活动报道一定要跳出部门的视角 ——7月3日	34
26	“群像化”切忌“图解”——7月4日	36
27	泛泛而谈是新闻报道的大忌——7月5日	37
28	“用材料”与“抄材料”——7月6日	38
29	每一道环节都不能把问题遗留下来——7月7日	40
30	追求“俯仰自如”的境界——7月8日	42
31	“新闻点”要拎出来——7月9日	43
32	在挖掘上下工夫——7月10日	44
33	深度报道要追求事实的深度——7月11日	46
34	前瞻性和快速反应能力——7月12日	47
35	检查报道要关注检查结果、展示检查过程 ——7月13日	49
36	时效性、准确性和避免广告嫌疑——7月14日	50

37	记者要做有心人——7月15日	51
38	电视新闻的画面质量应该重视 ——7月16日	52
39	非线编辑应特别注意的问题 ——7月17日	53
40	说说新闻表达的分寸感 ——7月18日	56
41	记者对新闻的“捕捉能力” ——7月19日	58
42	新闻采编电子化是总的发展方向 ——7月20日	59
43	成就回顾报道应该怎么做 ——7月21日	60
44	要做“24小时记者” ——7月22日	61
45	随同检查采访是电视调查的好时机 ——7月23日	63
46	要善于制造悬念 ——7月24日	65
47	说说主题性深度报道的结构 ——7月25日	67
48	编辑点评要点中要害 ——7月26日	68
49	这组系列报道抓得实 ——7月27日	70
50	提倡“不关机状态” ——7月28日	71
51	新闻提要要激发听众、观众收听收视的欲望 ——7月29日	73
52	新闻标题要确切 ——7月30日	74
53	要抓好拍摄培训 ——7月31日	75

2004年8月

54	要防止局部报道的“宏观失实”现象——8月1日	76
55	现场报道现场说什么——8月2日	77
56	好的作风要继续发扬——8月3日	79
57	现场出镜结尾说什么——8月4日	80
58	“说新闻”与“评新闻”——8月5日	80
59	标题用词要反复推敲——8月6日	82

60	新闻主播能否抛弃提词器——8月7日·····	83
61	抓住时机搞好媒体自身宣传——8月8日·····	85
62	建立各种与市民沟通、联动的机制——8月9日·····	86
63	民生角度的新闻解读——8月10日·····	87
64	要有抢时效的意识——8月11日·····	88
65	做新闻工作就需要这样的精神状态——8月12日·····	89
66	新闻策划要随机应变——8月13日·····	91
67	“四季歌”要“唱”出新意——8月14日·····	92
68	抓住好的“点”要做足文章——8月15日·····	93
69	采访——请且慢关机——8月16日·····	96
70	社会问题报道要一追到底——8月17日·····	97
71	电视新闻标题要反复推敲——8月18日·····	98
72	编辑的“中观”思维——8月19日·····	99
73	上级电视电话会议报道的地方视角——8月20日·····	101
74	注重沟通 领会意图——8月21日·····	103
75	深度报道要重视前期采访——8月22日·····	104
76	责任心是做好新闻职业的关键——8月23日·····	106
77	“春天的故事”要有故事——8月24日·····	107
78	资料画面要用在刀口上——8月25日·····	108
79	报道的初衷与结果背离——8月26日·····	110
80	细节反映一个台的综合素质——8月27日·····	111
81	采访对象选择要注意典型性——8月28日·····	112
82	声画对位问题还是要强调——8月29日·····	114
83	新闻节目需要议论——8月30日·····	115
84	党委、政府研究性会议报道要送审——8月31日·····	116

2004年9月

85 编辑的层次感得到了体现——9月2日	118
86 防止新闻标题的评论化倾向——9月3日	119
87 用“陈稿”要注意事实的变化——9月4日	120
88 作笔记同样是思考的过程——9月5日	121
89 记者的“现场策划意识”——9月6日	122
90 怎样拍好体育新闻——9月7日	123
91 采访,你“蹲下来”了吗——9月8日	126
92 这时候应该再说点什么——9月9日	128
93 用词不准确引发问题——9月10日	129
94 庆祝性、活动性报道怎样传达活动的气氛 ——9月11日	133
95 新闻中的人物和新闻人物的塑造——9月12日	134
96 制作人员要变“被动态”为“主动态”——9月13日	136
97 综合性报道要注意统筹协调——9月14日	137
98 注意选择好报道时机——9月15日	139
99 规划论证会议报道如何活泼起来——9月16日	140
100 喜庆气氛如何营造——9月17日	141
101 气氛营造要集中——9月18日	142
102 节庆宣传考验各个环节——9月19日	143
103 关注现场抓新闻——9月20日	145
104 当节庆遭遇灾难——9月21日	147
105 现场报道现场感的呈现——9月22日	149
106 有趣的新闻观众不嫌长——9月23日	150
107 好题材文章要做透——9月24日	151

108	要重视会议报道的画面拍摄——9月25日·····	151
109	三个基本的问题——9月26日·····	152
110	找最新的新闻由头——9月27日·····	154
111	多用些组合编排——9月28日·····	155
112	展示好新闻细节——9月29日·····	157
113	注意组合报道的负面效果——9月30日·····	158

2004年10月

114	谨防生拉硬扯、乱贴标签——10月1日·····	160
115	系列报道漫话之一：成就报道故事化——10月2日·····	161
116	系列报道漫话之二：中国特色的新闻样式 ——10月3日·····	163
117	让采访对象说什么——10月6日·····	164
118	人物报道一定要做好前期采访——10月7日·····	166
119	要练就平湖台的“独家功夫”——10月8日·····	167
120	注意信息来源的说明——10月9日·····	169
121	新闻评论需要点题——10月10日·····	170
122	试试让百姓自己来讲述新闻——10月11日·····	171
123	诱导采访切忌太直露——10月12日·····	172
124	可贵的现场感——10月13日·····	174
125	交通事故报道应该注意的问题——10月14日·····	175
126	多拍些外来群体的新闻——10月15日·····	176
127	出镜记者和采访对象拍摄背景的选择——10月16日·····	178
128	新闻要“大气”——10月17日·····	179
129	新闻策划要克服部门视角——10月20日·····	181
130	再说克服部门视角——10月21日·····	181

131	难能可贵交流感 ——10月22日·····	183
132	关于“庙会”新闻的价值判断 ——10月23日·····	185
133	新闻评论一定要亮出观点 ——10月24日·····	187
134	同题材报道要寻找不同的视角 ——10月25日·····	189
135	捕捉细节与展现细节 ——10月26日·····	190
136	抓住观众兴趣点,做好解释、“翻译”工作 ——10月27日·····	191
137	工作经验报道的故事化处理值得提倡 ——10月28日··	192
138	“市民热线”报道最好请市民自己来说 ——10月29日··	193
139	一组成功策划的系列报道 ——10月30日·····	194
140	要跳出说理性结构 ——10月31日·····	195

2004年11月

141	注意画面与文字的配合——11月1日·····	196
142	用好解释性新闻——11月2日·····	198
143	开掘好百姓自拍新闻之源——11月3日·····	200
144	要满足受众的心理需求——11月4日·····	201
145	新闻报道应该用中性的称谓——11月5日·····	203
146	平湖人的视角和主持人的说话能力——11月6日·····	205
147	分析性的深度报道更需要清晰的层次感 ——11月7日·····	207
148	要带好、用好话筒——11月8日·····	208
149	有进步,也有不足——11月9日·····	209
150	从观众熟悉的方面说起 ——11月10日·····	211
151	主持人要轻松起来 ——11月11日·····	213
152	还是从生活的视角切入比较好 ——11月12日·····	215

153	民生视角值得肯定 ——11月13日	216
154	还是要严格按照栏目定位来操作 ——11月14日	217
155	白平衡 电视的变脸术 ——11月15日	218
156	取经先要有准备 ——11月16日	220
157	跳出常规报道套路 ——11月17日	222
158	配合中心工作报道还需要“消化” ——11月18日	223
159	少拍些中景 ——11月19日	224
160	编辑的主持意识 ——11月20日	225
161	导语写作还是要从观众身边事说起 ——11月21日	226
162	新闻报道避免广告嫌疑 ——11月22日	227
163	新闻采访“一得” ——11月23日	228
164	记者的反应和联想能力 ——11月24日	228
165	细节体现素质 ——11月25日	230
166	发散思维和包装意识 ——11月26日	231
167	根据画面写报道 ——11月27日	232
168	让编辑点评回归新闻议论 ——11月28日	233
169	关于摄像技巧的问题 ——11月29日	235
170	记者就要有这种一追到底的精神 ——11月30日	236

2004年12月

171	跳出来稿编稿的局限 ——12月1日	237
172	短新闻承载不起深度报道的“厚度” ——12月2日	238
173	再谈剪辑的问题 ——12月3日	240
174	延伸报道要有招术 ——12月4日	242
175	增强层次感的好方法 ——12月5日	243
176	能否从背景入手挖掘一下新闻点 ——12月6日	244

177	强制执行新闻低调处理——12月7日·····	245
178	记者要有公益心——12月8日·····	247
179	点评何妨放轻松——12月9日·····	248
180	活动慎用预告性报道——12月10日·····	249
181	模拟、借用画面必须说清楚——12月11日·····	250
182	电视新闻评论要找好作为载体的事件——12月12日···	251
183	唯有真情最感人——12月13日·····	252
184	解读政策要找好载体——12月14日·····	254
185	“明天将为您一一解答”——12月15日·····	255
186	不要越过轴线拍摄——12月16日·····	256
187	新闻编排不要满——12月17日·····	261
188	报道拆分和综合的艺术——12月18日·····	264
189	把主题事件化 把事件过程化——12月19日·····	266
190	老记者要跳出程式化思维模式——12月20日·····	267
191	现场报道开场白的“长”与“短”——12月21日·····	268
192	让观众参与新闻采编——12月22日·····	271
193	钻石式新闻结构——12月23日·····	272
194	人际传播中的角色定位——12月24日·····	276
195	时效和时机——12月25日·····	277
196	谨防“新闻采访不作为”——12月26日·····	280
197	现场解读是科技报道的好方法——12月27日·····	281
198	大雪考验紧急应变——12月28日·····	282
199	现场情境同期声——电视报道的特效武器 ——12月29日·····	283
200	关注具体的人——12月30日·····	284
201	曝光、批评不是目的——12月31日·····	285

2005年1月

202	一个好的开头——1月1日·····	288
203	走进普通人的情感世界——1月2日·····	289
204	从“销售一空”说说新闻报道要慎用形容词 ——1月3日·····	290
205	记者要善于建立自己的社会关系网——1月4日·····	291
206	“祖母”还是“奶奶”——说说广播电视新闻口语化的问题 ——1月5日·····	292
207	新闻质量好 包装也需再提高——1月6日·····	294
208	体会舆论引导的效力——1月7日·····	295
209	记者听会有诀窍——1月8日·····	295
210	关于改变电视新闻的语态——1月9日·····	296
211	综合是一种再创作——1月10日·····	298
212	让主持人真正地说起来——1月11日·····	299
213	发掘生活中的变化 反映普通人的生活——1月12日··	300
214	消息及训诂和考据——1月13日·····	301
215	叙事主体的民生化——1月14日·····	305
216	从总体上把握春节前的喜庆、祥和氛围——1月15日··	305
217	记者要有“单兵作战”的能力——1月16日·····	306
218	饱满度很高的一档新闻节目——1月17日·····	308
219	民生与民情——1月18日·····	309
220	话说“跑题”和“打岔”——1月19日·····	310
221	传统对比手法的应用——1月20日·····	312
222	电视新闻采访对场面的组织——1月21日·····	314
223	避免“顾此失彼”——1月22日·····	315