

新闻探索与实践

XINWENTANSUOYUSHIJIAN

谭立群◎编著



新闻探索与实践

XINWENTANSUOYUSHIJIAN

谭立群◎编著



图书在版编目(CIP)数据

新闻探索与实践 / 谭立群编著. —银川: 宁夏人民教育出版社,

2010.11

ISBN 978-7-80764-457-6

I. ①新… II. ①谭… III. ①新闻工作—文集

IV. ①G21-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 077149 号

新闻探索与实践

谭立群 编著

责任编辑 孙莹

封面设计 小勉

排版制作 刘惠

责任印制 刘丽

黄河出版传媒集团 出版发行
宁夏人民教育出版社

地址 银川市北京东路 139 号出版大厦 (750001)

网址 <http://www.yrpubm.com>

网上书店 <http://www.hh-book.com>

电子信箱 jiaoyushe@yrpubm.com

邮购电话 0951-5014284

经销 全国新华书店

印刷装订 宁夏精捷彩色印务有限公司

开本 787mm×1092 mm 1/16 印张 13 字数 21.5 千

印刷委托书号 (宁)0008029

版次 2010 年 11 月第 1 版 印次 2010 年 11 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-80764-457-6/G·1378

定 价 22.00 元

版权所有 翻印必究

目录 Contents

- 简析电视新闻中责任编辑的作用 / 001
- 关于电视深度报道中记者的主体意识 / 005
- 新闻策划的几点思考 / 008
- 新闻队伍建设的有效途径 / 012
- 开发报道资源 扩大宣传优势 / 016
- 浅谈新闻报道的贴近性 / 020
- 新闻宣传中如何坚持正确舆论导向 / 024
- 平实之中见深度 / 030
- 谈新闻传播与反馈 / 037
- 电视深度报道小议 / 041
- 浅议电视新闻的深度报道 / 043
- 电视会议报道的特点、现状与改革 / 045
- 电视新闻编辑职责初探 / 053
- “有偿新闻”的表现及根治途径 / 064
- 真实的艺术——纪实 / 068
- 城市电视台新闻类专题节目定位 / 077
- 浅谈电视片头的创意与制作 / 079
- 如何塑造电视新闻人物 / 091
- 电视画面语言的优势 / 094

目录 Contents

试论城市电视台新闻节目的个性特征及发展趋势 / 096

城市台电视新闻节目的地位与作用 / 105

精心设计 精心制作

——浅议电视专题片《与陶相依》的拍摄 / 109

谈谈选题策划在图书编辑过程中的重要性 / 111

浅议图书编辑活动中编辑的作用 / 115

《借党项人说事》说点“事” / 119

与文字对话

——参加第13届北京国际图书博览会有感 / 121

加强理论学习 提高政策水平 / 123

改革是事业发展的必由之路 / 127

怎样与采访对象进行交流 / 130

新闻性专题节目的规范与表现技巧 / 134

电视纪录片《大卫的世界》创作体会 / 140

电视纪录片中“情”的表现和把握 / 145

电视新闻的策划与实践 / 148

关于战役性宣传的组织与实施 / 152

试论电视的竞争与创优 / 156

新闻节目在城市台节目中的地位与作用 / 161

目录 Contents

- 把握好城市台经济节目的定位 / 164
- 城市电视台新闻特色的实践与思索 / 167
- 接近性：城市电视新闻重要特点 / 173
- “两个转变”与城市电视新闻 / 177
- 说说新闻性电视专题节目策划 / 181
- 组建非线性视、音频编辑网络系统中几个
需要注意的问题 / 185
- 省市级电视台播放国产动画片的意义 / 190
- 浅议动画片在动漫产业链中的特殊效应 / 195
- 后记 / 200

简析电视新闻中责任编辑的作用

当前,我国电视界以新闻为龙头的电视节目改革蓬勃兴起,电视新闻节目向板块结构发展成为趋势,电视新闻的策划导向也日渐深入人心。随着电视新闻改革的深入,很有必要从理论与实践的结合上把握和认识责任编辑角色的地位及作用,促进责任编辑队伍的成熟与成长。

一、责任编辑是电视新闻采制播出的决策统筹者

电视新闻节目并不是各种稿件无目的的随意组合,更不是个别人劳动的产物。一篇报道从采访、拍摄、剪接、播音、制作直至播出是很多人合作的结果,但责任编辑的工作却贯穿于每个环节之中。首先,他要对一个时期(或者一天、一次)的报道内容和形式作出决策(当然这种决策是在台或部统一的部署与计划中进行的),比如当地党政的近期中心任务是治理城市环境,台部已作出加强宣传的部署,那么责任编辑就要根据这一部署,从形式(消息、评论、访谈)等作出安排,从内容(典型、动态)等作出决策并安排记者实施,同时要对相关内容的采访作出统筹,以免重复或疏漏。其次,责任编辑要对各种稿件进行正确的总汇和组合。电视新闻的播出并不是各种稿件简单排列的凑合体,必须依据一定的意图和原则,通过编排形成一个整体。系统论认为,在相同的环境条件下,系统的性质与功能既取决于元素,更取决于结构,系统整体的性质与功能并不简单地等于各个组成元素独立存在时的性质与功能之

和,而会产生一种原来各组元素所没有的新质,即 $1+1 \neq 2$,这是“系统效应”的结果。责任编辑在编审新闻节目中,要把各篇稿件中分散孤立的现象,通过各种编排手段,如“关系组合”——把具有因果关系、部分与整体关系的新闻集中在一起;“相似组合”——把题材与主题相似或相近的新闻集中在一起;“矛盾组合”——把具有矛盾关联的新闻集中在一起;“节奏组合”——把节奏各异的新闻放在相邻位置等等,把新闻稿件之间的内在联系、发展趋势显示出来,使观众通过节目的编排感受到新闻的分量和意义。

二、责任编辑是电视新闻传播的“把关人”

责任编辑的工作贯穿于电视新闻传播的始终,一条新闻从采摄到播出,责任编辑要对稿件中政治、思想、理论、事实、价值等作出评价和取舍。传播学四大先驱之一的卢因把从事这项工作的人称为“守门人”。在现实生活中,把守大门的门卫要对想进入大门的人进行甄别,只有他批准的人才被放行,不相干的人被挡驾。与此相似,责任编辑就是电视新闻传播的“把关人”,所有要播出的稿件都要在他的关口审查通过。著名传播学家巴斯认为,新闻媒介的把关分两个部分:第一部分是新闻采集阶段,这里的把关人主要是记者,记者在采写新闻时不可能“有闻必录”,他得根据一定的标准对纷繁复杂的现实事件进行取舍与加工;第二部分是新闻加工阶段,这里的把关人主要是编辑。不论是新闻还是评论,不论是文字还是画面,不论是版面设计还是标题制作,都得经过这道关口。第二道关口比第一道关口更具决定性,如果说记者主要是决定人们可能看到什么,那么编辑则决定人们能够看到什么。

责任编辑的把关主要体现在两个方面:

一是把好稿件的选择、取舍关。责任编辑面对每天各式各样的稿件,并不是可以按个人喜好,随心所欲地进行取舍,他不仅要考虑稿件

的新闻价值、社会价值两大标准,更要顾及社会政治、经济、文化背景。美国著名传播学家布里德在他的《编辑部的社会控制》一书中认为,任何社会的主要问题都在于维护秩序和加强凝聚力,其中尤为重要的是保持价值体系的一致与完整,因为意识形态的混乱势必会导致整个社会的崩溃。所以,任何处于特定社会环境中的传播媒介都担负着社会控制的职能。责任编辑作为把关人,记者采制的新闻经过这一关后就将直接与观众见面,如果稿件选择不当,就将造成难以弥补的政治损失。可见责任编辑在把关中责任是相当重大的。

二是防止和消灭稿件中的各种差错。电视新闻稿的差错是多方面的,既有文稿中的差错,也有图像中的差错。稿件中出了差错,可以通过责编工作予以纠正,但如果责任编辑在编辑中出了差错,稿件中的错误就将直接诉诸于观众的听觉和视觉,产生不良的社会效果。

责任编辑肩负“把关”重任,这就要求从业者要有较强的政治理论、方针政策、专业知识、编辑能力、语言文字的素养。

三、稳定和提高责编队伍素质的思考

电视新闻责任编辑是一项一无名、二无利、三辛苦、四受气的工作,再加上其地位及作用得不到确认,致使责编队伍很难稳定,且水平参差不齐,有些电视台甚至于把一些干不了记者或播音工作的人换下来当编辑。在电视新闻事业发达的国家和地区,如美国、台湾、香港等担任电视新闻责编工作的都是有相当经验的资深记者,其地位及收入都大大高于一般记者。当前,我国各地电视新闻面临激烈竞争,要提高电视新闻的竞争力必须迅速建立起稳定的编辑队伍,提高责任编辑队伍的素质,确立责编的中心主导作用,要实现这一目标,必须:

1. 领导重视。责任编辑不是官,但他需要有官的权力,这个权力是靠台、部领导赋予的。如果领导只是在口头上强调责编的重要而实际上

不愿或不敢下放权力,结果,责编的指挥调度仍然失灵,久而久之,责编自然就会失去信心,这一角色自然也失去了它的吸引力。

2. 建立以责编为中心的采编体制。责任编辑对上要执行报道方针和计划,对下要广泛联系记者和通讯员,从理论上说应成为新闻节目系统的中心,在各地方电视台,目前还没有专门设立编辑部,因此有必要设立以责任编辑为中心的采编制,赋予责编独立的决策调配权,明确记者在新闻业务中必须服从责编调配。

3. 确保责编的“名”“利”,使责编成为记者努力向往的角色。责任编辑工作责任大、压力重、要求高,不是谁都愿做、能做的工作,要确保责编的高素质,最重要的是要使其“名”“利”得到保证,这样才能吸引有才能、有经验的记者从事责编工作。

关于电视深度报道中记者的主体意识

我国电视深度报道的兴盛,是从 80 年代中、后期开始的,不仅是社会发展大趋势的需要,也是电视新闻传播自身走向成熟的必然结果,电视深度报道是通过事实的客观再现和相关背景材料的分析、比较,把事物之间的关联及相互作用,从纵向挖掘事物的显示地位,存在价值和发展轨迹。其最大的特点不是仅仅简单罗列新闻事实的五个基本要素,而更着力于分析、解释“为什么”和“怎么样”。因此,更需要记者对新闻事件的深入调查访问,依赖于记者在现场组织信息,分析信息,传达信息的能力。所以说,电视记者主体意识成为深度报道成功与否的关键性因素。

主体意识,即记者在新闻采访中的理性自觉,融合了记者个人的职业素养、生活经验和对事物的分析判断能力。作为传播者一方,记者在采访过程中,其思维活动、传达信息活动的大小会受到主体意识的影响。而电视深度报道则要求记者成为新闻事实的深入调查者、客观报道者和形象传播者,与这一角色相契合的主体意识,则必须是记者对新闻传播的适度而积极的理性涉入,主题意识不应是主体先行。在采访中,记者不是对新闻事实做深入细致的调查研究,而是习惯于从某种宣传的需要出发,给新闻事实定调子,定角度,常常把深入报道做成事实加大道理的简单组合物。主体意识成了主体先行。而事实上,深度报道依赖记者对新闻事实认识的深入,记者主体意识投入是获得这种认识深

度的关键。但是这种认识必须是记者以事实为依据的合乎逻辑,合乎事物本质的把握和阐释。否则,一味强调主观意图,任意夸大主体意识,视新闻事实为任意拿捏的面团,无疑会影响报道的真实性,其结果也会致使深度报道的“深”停留在事物的表面,这样的报道只能是空洞苍白的说教。

主体意识不应是记者干预。记者干预指的是记者采访过程中,从个体意图出发,通过组织、加工、摆脱等方式,人为改变新闻事实本来的状态和性质的行为。由于记者也是社会中的一员,在报道中个人的价值观念、道德观念、好恶观念等都会影响记者对新闻事实的选择和评价。笔者认为,记者干预是记者理念的错位。记者是客观事实的报道者,在采访中他首先是报道员。虽然,在一定范围内,一定情况下,记者可以介入新闻事实,但这时主体意识引导的外向行为应该约束在不改变新闻进程和性质的限度内。这与一些记者为了追求轰动效应,常常别出心裁,制造新闻,“炒”新闻是有原则区别的。记者干预做出来的深度报道同样失去了生活的真实。

与主题先行、记者干预不同,理性自觉下的主体意识对新闻传播的涉入是积极和适度的,它有助于记者对新闻事实深入认识,也有助于记者客观报道新闻事实。并且,主体意识不仅对于传播者是积极的理性思维活动,而且应该成为整个新闻传播过程中沟通传授双方的思维脉络。这样的主体意识才能在新闻传播中发挥积极效应。

一、主体意识赋予采访活动以思辨色彩和理性力量

深度报道要求把新闻事实呈现在一种可以表现真正意义的脉络中,这是对新闻报道的一种质的要求。记者的主体意识在采访中为高度自觉的理性思维,就能够由表及里地揭示新闻的内在特质,把握新闻与社会的关联意义,真正做出有质量的深度报道。在中央电视台《焦点访

谈》中曾经播出过一期节目“惜哉文化”，记者从最初的火灾线索入手，层层深入，采访始终围绕着火灾的原因，对主管博物馆的文化局的主要领导一一采访，寻根究底。由于记者提出的每一个问题都贯穿着记者本人对新闻事实的思考，最终使这则报道脱离了一般火灾报道的模式，以社会为视角，阐明了火灾的根本原因在于官僚主义，提醒人们不能为眼前利益而做出以牺牲文化为代价的短视行为。这则报道中，记者的主体意识使采访活动成为逐步深入事物核心的认识活动，因而采访具有严密逻辑思辨色彩，产生发人深省的理性力量。

二、主体意识使记者自觉发挥“媒介”作用

电视深度报道很大一部分内容是由记者在现场通过采访、评述完成的。这时，记者选择采访对象，记者的提问，记者在现场的介绍、解释等都是主体意识下的行为。如果说记者认识新闻事实的思维是内隐的传播活动的话，那么，把这种认识传达给观众的一切活动都是传播行为。记者深入现场成为新闻的目击者和观察者，不仅要收集新闻素材，而且要及时传播，成为新闻现场信息的加工者，记者事实上成为新闻内容与观众之间的媒介。因此，记者在深度报道中，就能自觉地应用电视的特征，为新闻信息的传播寻找到形象化的方式，避免因思想的深刻而带来语言晦涩、抽象的问题，尽可能多地提供给观众可听可视的信息，使深度报道也有一张生动的面孔。

好的电视报道，犹如好的理论文章，在形象展开的同时能给人带来积极思索的愉悦。笔者认为，记者只有成为积极的思考者的主体，参与到播出中去，才有可能真正获得新闻报道的“深度”，也才有可能摆脱简单化、模式化的现状，成为一篇有声有色的电视深度报道的佳作。

新闻策划的几点思考

办好新闻节目,重要的一环在于新闻策划。新闻策划的成功与否,关系到新闻的成与败,也关系到整个新闻宣传的效果。

一、新闻策划出现可喜现象

什么是新闻策划?新闻能不能策划?我国新闻理论似乎还没有明确的定义和答案。长期以来,新闻界约定俗成地认为新闻是不可策划的。这种认识并不准确,是用“新闻的真实性”原理模糊了“策划”与“制造”的分界。新闻策划,实质上就是新闻工作者在公众欲知应知而未知的新闻近发生的重要事实的报道过程中主观能动性的发挥,是在充分调查研究的基础上,对新闻宣传整体活动或某一方面的预先设想。由此可见,新闻宣传是可以策划的。

城市电视台建台大多时间短,各台新闻部也都存在着采编人员偏紧、素质不高,设备紧张、忙于应付等现象。记者采访,各自为战,编辑编稿,往往是记者交来什么稿件编什么,处于一种放任自流的状态。近几年来,电视事业有了很大的发展,而尤为可喜的是,新闻的策划也得到重视和加强。主要表现在:首先,策划意识进一步强化。为充分发挥广播电视的喉舌作用,从中央、省到市级新闻宣传部门,开始把搞好新闻策划变为自觉行动。新闻宣传做到了宏观宣传有计划,重要报道有部署。其次,策化水平进一步提高。不仅注意抓好宏观策划,同时注意抓好微

观策划。通过抓策划,提高了整体宣传质量。再次,策划工作进一步制度化。持之以恒抓策划,需要有制度作保证。现在各台大都建立编委会、新闻例会和编前会制度,组织实施新闻策划。有的台还建立了策划部或在新闻中心(部)成立策划组。最后,成功的新闻策划不断涌现。如山东济南交警的宣传,人民的好公仆——孔繁森的宣传,烟台承诺制的宣传等,都是新闻策划成功的范例。

二、新闻策划要立足于调查研究

新闻策划不能凭空想象,闭门造车,必须在调查研究基础上,对一段时间或某一方面的新闻宣传的背景资料、现实情况和发展态势有透彻的了解。策划力求有创意,但创意源于实际、高于实际。为策划而展开的调查可以与采访结合起来,也可以在策划之前专门抽出一段时间,为策划而进行一些调查。策划思维要超前一些,预见要远一点,全面一些。要根据中央、省、市的重要精神,重大部署以及工作大局,结合实际工作中涌现的典型事例进行具体策划。银川市委、市政府把塑造城市形象和提高城乡人民文明程度作为 1997 年两件大事来抓。在塑造城市形象方面,又把重点放在取缔马路摊担和拆除违章建筑两大乱源上。《银川新闻》就抓住领导关心、市民关注的这两项热点,组织精兵强将深入采访,策划了“城市两乱现象”“四大乱源造成了两乱”“向两乱宣战”的主题性报道,以大量的事实、生动的画面,反映了市领导的决心、市民的呼声,报道了“两乱”造成的危害,分析了产生两乱的根源。整个上半年,《银川新闻》抓住重点,精心策划,对城区各主管部门开展的拆违和取缔行动多角度、多侧面、多手法地连续报道,引起市民强烈反响。

三、新闻策划的层次划分

新闻策划既是理论问题更是实践问题,大致可划分为宏观策划、中

观策划和微观策划三个层次。

宏观策划,属于战略性的整体策划。宏观策划担负的任务:一是提出和制定新闻传播的总原则和指导思想,是新闻宣传的灵魂和核心;二是根据新闻宣传的指导思想,制定中观策划的规划;三是安排媒体新闻报道的整体结构。

中观策划,是宏观策划与微观策划的中间环节,其主要任务是贯彻宏观策划的整体思想,提出微观策划实施的具体方案。具体来讲,中观策划就是提出“战役性”新闻宣传计划。如为了搞好 1997 年迎香港回归报道,《银川新闻》策划了三组重点报道:一是“七一”前策划报道了全市“迎回归、颂中华”十大群众文化活动;二是派出记者赴城乡各地采制《迎回归》报道;三是回归日前后,组织 40 多名记者、主持人,除搞好市里大型焰火晚会和游园活动报道外,还深入街头、车站、农户等采拍了大量一线庆回归的报道,使迎接香港回归的报道有声有色。

微观策划,是新闻策划最基础的层次,是以中观策划为指导的新闻策划的具体实施。新闻的微观策划包括记者采访和编辑编排两个方面。

记者采访,是新闻报道的基础,任何好的策划,都要通过记者的采(拍)写来完成。记者采拍必须认真负责、细致扎实。记者采访思考要深,调查、议论、分析、酝酿与写作的过程中,都伴随着苦苦的思考。记者写稿、制作要磨,“好稿不怕百回磨”,精品都是磨出来的。

新闻编排,是实施微观策划的重要环节。电视新闻节目大多约定俗成地按党政动态——经济建设——科技成果——社会新闻——文化体育——国际新闻的模式编排,实际上新闻的编排并非如此简单。编排是一门艺术,要注意两点:一是可采取同类集纳组合(即同类题材、相同主题的报道相对集中)。二是多样搭配。一组新闻中要有时政、经济、社会、体育、股市等多种内容,编排上要让消息与非消息报道交叉、图像与口播搭配。

新闻策划是有层次的,各层次之间又是有相互关系的。宏观策划是主导,是纲,原则性最强,指导中观和微观策划。微观策划则是最具体、最真实、最生动的策划。没有宏观和中观策划,媒体的新闻报道整体是凌乱的,处于一种散乱状态,容易出现导向上的偏差;没有微观策划,宏观策划的思想则不能得到有效的贯彻与实施。事实证明,策划是成功的一半,新闻报道的好坏,需要有好的新闻策划,而新闻策划水平的提高,需要新闻工作者通过不断学习提高自身素质。

四、最佳效果是新闻策划的落脚点

新闻宣传工作是一项系统工程,靠单兵作战,运用单一报道手段是难以奏效的。实施新闻策划特别是组织战役性报道,往往需要靠多兵种、多种宣传手段并用,造成声势,形成氛围。1997年年初,银川市开展创建文明小区活动,推出了文明示范小区建设经验。银川台精心策划,制定了整体报道方案,除连续报道外,还制作了新闻专题,并不断调整和充实报道内容,环环相扣,有声有色,取得了整体作战的宣传效果。

新闻策划关乎一个台的宣传质量和舆论导向。有必要建立新闻策划的工作机制,把新闻策划作为业务部门业绩考核的重要内容,同时要强化策划意识,促进新闻策划的运作实施。